

El contenido de esta obra es una contribución del autor al repositorio digital de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, por lo tanto, el autor tiene exclusiva responsabilidad sobre el mismo y no necesariamente refleja los puntos de vista de la UASB. Este trabajo se almacena bajo una licencia de distribución no exclusiva otorgada por el autor al repositorio, y con licencia Creative Commons – Reconocimiento de créditos-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 Internacional



¿Verdad o ficción? el uso político de las redes sociales en la participación política offline en las elecciones presidenciales en Ecuador

**Marcos Zumárraga Espinosa
Carlos Reyes Valenzuela
Cynthia Carofilis Cedeño**

2017

Artículo publicado en: *Análisis Político*. 91 (septiembre-diciembre 2017): 130-145.

¿VERDAD O FICCIÓN? EL USO POLÍTICO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA OFFLINE EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN ECUADOR

Marcos Zumárraga Espinosa*
Carlos Reyes Valenzuela**
Cynthia Carofilis Cedeño***

RESUMEN

El presente artículo explora la relación entre distintos tipos de uso político de las redes sociales y la participación política *offline*, así como el efecto político-movilizador diferenciado de las plataformas Facebook, Twitter y WhatsApp en un contexto de elecciones presidenciales en Ecuador. Los resultados confirman que: (i) las redes sociales estimulan la movilización de las personas hacia conductas políticas *offline*; (ii) este efecto movilizador se limita a las plataformas Facebook y WhatsApp y (iii) los usos políticos de tipo expresivo y de contacto con los grupos políticos influyen con mayor fuerza sobre la participación política *offline*. Se discuten las implicaciones de estos hallazgos en el marco del debate sobre el efecto movilizador de las redes sociales en el grado de activismo político *offline*.

Palabras clave: participación política *offline*, redes sociales, uso político, Ecuador.

TRUTH OR FICTION? THE POLITICAL USE OF SOCIAL NETWORKS IN OFFLINE POLITICAL PARTICIPATION IN ECUADORIAN PRESIDENTIAL ELECTIONS

ABSTRACT

This article explores the relationship between different political uses for social networks and off-line political participation as well as the differentiated political-mobilizing effect of the Facebook, Twitter and WhatsApp platforms in a context of presidential elections in Ecuador. The results confirm that: (i) social networks stimulate popular mobilization involving offline political behavior; (ii) this mobilizing effect is limited to Facebook and WhatsApp platforms; and (iii) political uses of an expressive nature and contact with political groups have a stronger influence on offline political participation. The implications of these findings are discussed within the framework of the debate on the mobilizing effect of social networks on the degree of offline political activism.

Keywords: “Offline political participation”, “social networks”, “political use”, Ecuador.

Fecha de recepción: 31/10/2017

Fecha de aprobación: 15/11/2017

* Magíster en Gestión Pública por el Instituto de Altos Estudios Nacionales (Quito, Ecuador). Docente e investigador de la Universidad Politécnica Salesiana (Quito, Ecuador). Correo electrónico: mzumarraga@ups.edu.ec

** Doctor en Comportamiento Social y Organizacional por la Universidad Autónoma de Madrid (Madrid, España). Docente e investigador de la Universidad Politécnica Salesiana (Quito, Ecuador). Correo electrónico: creyes@ups.edu.ec

*** Máster internacional en Migraciones por la Universidad de Valencia (Valencia, España). Docente e investigadora de la Universidad Politécnica Salesiana (Quito, Ecuador). Correo electrónico: ccarofilis@ups.edu.ec

INTRODUCCIÓN

Las elecciones presidenciales que se desarrollaron en Ecuador entre febrero y abril de 2017, conllevaron una serie de acciones de participación política que resultaron inéditas, en un contexto político de creciente conflicto. A partir de la segunda vuelta, los candidatos presidenciales Lenín Moreno y Guillermo Lasso utilizaron una variada fuente de propaganda política, la cual se basa en el uso de Internet y redes sociales. Ambos candidatos usan las redes sociales como espacios de información y divulgación política con fotografías, documentos y testimonios que discuten la legitimidad de los comicios obtenidos en primera vuelta y hacen un llamado al cuidado de la legalidad de los resultados (Zumárraga, Carofilis y Reyes, en prensa).

Complementario a esto, de acuerdo con la página de Amazon (Alexa, 2017) entre los portales web más visitados en Ecuador, Facebook ocupa el cuarto lugar, seguido por dos medios de comunicación escrito (*El Comercio* y *El Universo*) y un canal de televisión (Ecuavisa). Esto parece indicar que en Ecuador aún no se han posicionado en el espacio digital los medios alternativos, y que el poder de los medios tradicionales no ha perdido su fuerza.

Por otra parte, los estudios en participación política no presentan un consenso en la conceptualización de participación política *online*, lo que dificulta una distinción entre discusión y acción política (Gil de Zúñiga, Veenstra, Vraga y Shah, 2010). Con todo, la participación *online* hace referencia a actividades políticas que se distinguen de una participación fuera de la red (*offline*) y que se realizan tanto en un entorno de Internet como en redes sociales. Vicente y Novo (2014) destacan cuatro ventajas de una participación *online*: (i) facilidad y rapidez en la obtención de información política; (ii) disminución de la presión social, dado que cuenta con mayor privacidad; (iii) promoción de la participación de otras personas, grupos o instituciones a través de plataformas en línea o difusión de información en redes sociales y; (iv) facilidad para promover el activismo e incluso para fomentar las condiciones de una movilización colectiva.

[131]

No obstante estas ventajas, algunas investigaciones ponen en evidencia que los ciudadanos requieren habilidades para utilizar la información política *online*, ya sea para operar y manejar medios digitales, buscar y seleccionar información clave o usar la información obtenida en un objetivo (Van Deursen y Van Dijk, 2009). Esto supondría que cuanto mayor habilidad digital manifieste un individuo, presentará más probabilidades de participar políticamente en un entorno *online*.

Estos aspectos se confirman en revisiones que sugieren una relación significativa entre la participación *online* y las redes sociales. Así, los internautas que muestran interés en noticias están más orientados a la participación política y a participar en red (Vicente y Novo, 2014). Esto último es de especial relevancia, ya que el papel de las redes sociales se ha abordado como predictor de la participación *online* (por ejemplo, Smith, 2013), lo que determina la importancia de las redes sociales como promotoras de la participación ciudadana. Del mismo modo, el uso de las redes sociales favorece que cualquier contenido divulgado tenga el potencial de ser informado y comunicado a un amplio conjunto de personas. Sin embargo, la interrogante es establecer si las redes sociales tienen un papel preponderante en la participación *offline*.

REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN OFFLINE

Las relaciones entre el uso de redes sociales y la participación *offline* son contradictorias, cuestión que dificulta que se llegue a un consenso. Por un lado, hay estudios que reportan que la participación

online desalienta la participación fuera del entorno virtual al crear la ilusión de participar. Por otro, se ha informado que el entorno de Internet favorece la inclusión de personas que habitualmente no participan (*efecto movilizador*), y otras investigaciones sugieren que quienes emplean las redes son las personas que ya están participando de modo *offline* (*efecto reforzador*).

A pesar de esto, en los últimos años se ha recopilado evidencia en favor del vínculo entre el uso de redes sociales y la participación *offline*. Algunos autores subrayan el potencial de Internet para incluir a minorías (étnicas y etarias) apartadas tradicionalmente de la política (Bekafigo y McBride, 2013; Morris y Morris, 2013) y otros encuentran relaciones significativas entre el uso de Internet y la participación política (Espinar-Ruiz y González-Río, 2015; Gil de Zúñiga, Molyneux y Zheng, 2014). También hay evidencia de nexos entre uso de redes sociales y participación política (De Marco y Robles, 2012; Vaccari *et al.*, 2015; Valenzuela, Park y Kee, 2009).

Estos estudios vinculan formas expresivas e interactivas de participación política, tales como buscar y compartir información en páginas de Facebook, con actividades de mayor costo como realizar peticiones políticas *online*, donar a una campaña política o ejercer el voto.

El uso de Facebook también se ha asociado positivamente con acciones de protesta, como el caso de los estudiantes en Chile (Cabalin, 2014; Scherman y Arriagada, 2011), en Rumanía (Cmeci y Román-Alconchel, 2016) y en España (Castells, 2012; Espinar-Ruiz y González-Río, 2015). Además, se observan conexiones entre el uso político de Facebook y la participación *online* en jóvenes (Abdu, Mohamad y Muda, 2017; Yang y Dehart, 2016) o el uso de Facebook, Myspace y YouTube respecto de la participación cívica (Zhang, Johnson, Seltzer y Bichard, 2009). No obstante, los usos de las redes sociales no se afiliarían positivamente a acciones políticas.

[132]

De hecho, los hallazgos ponen de manifiesto que los usos recreativos de Facebook presentan una correlación negativa con participación política (Gil de Zúñiga, Jung y Valenzuela, 2012). Empero, cuando se reconocen los diferentes usos de las redes sociales (por ejemplo, un fin informativo frente a uno recreativo), se observa una relación positiva entre redes sociales y participación política (Valenzuela, 2009). De ahí que el uso político de las redes sociales posibilitaría una participación *offline*.

TIPOS DE USO DE LAS REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Se han encontrado al menos dos clasificaciones del uso político en redes sociales. Una primera categorización se refiere al grado de frecuencia y actividad en el manejo de las redes. Gil de Zúñiga *et al.* (2012) distinguen entre uso político activo y pasivo, caracterizándose el primero por la frecuencia de uso y por las actividades que implican la búsqueda de información, el contacto con partidos o políticos y la firma de peticiones *online*. En tanto el segundo se asocia a la recepción involuntaria de correos, invitaciones u opiniones políticas.

Una segunda clasificación identifica la participación *online* como un fenómeno multidimensional que contiene cuatro categorías de actividad: *e-target*, cuyo objetivo es dirigirse a algún político o institución; *e-expressive*, que incorpora la expresión y discusión de opiniones políticas; *e-party*, que agrupa actividades de contacto con algún partido (desde unirse a un grupo *online* hasta hacer una donación) y *e-news*, que se asocia al uso informativo de las redes (Gibson y Cantijoch, 2013). Además de esto, los estudios de Gil de Zúñiga *et al.* informan de relaciones significativas entre la expresión política *online* de los blogueros y la participación *offline* (Gil de Zúñiga *et al.*, 2010).

También se ha descubierto que el uso expresivo se correlaciona positivamente con la participación *online* y *offline*, en el caso de blogs políticos en población adulta en Estados Unidos (Gil de Zúñiga, Bachmann, Hsu y Brundidge, 2013). Por último, hay evidencia de que el involucramiento en conversaciones políticas *online* presenta mayores efectos sobre la participación política *offline* gracias a la interactividad y a la exposición con vínculos débiles (Gil de Zúñiga y Valenzuela, 2011).

En resumen, podríamos afirmar que las nuevas formas de participación en la esfera *online* mantienen estrechas correspondencias con formas tradicionales *offline*, de tal manera que a veces se complementan. Si tenemos en cuenta que el consumo de información *online* es cada vez mayor, entonces podríamos esperar que la participación política *online* incentive su contraparte *offline*. Con tal propósito, este documento explora la relación entre el uso político de redes sociales y la participación política *offline*. Se analizará el efecto del uso político de diferentes plataformas digitales (Facebook, Twitter y WhatsApp) sobre la participación política *offline*. Asimismo, se pretende contrastar las conexiones entre la participación política *offline* y distintos tipos de uso político de las redes sociales. Para este fin, se han propuesto cuatro hipótesis:

1. El uso político de redes sociales se enlaza de forma positiva con la participación política *offline*.
2. El uso político de redes sociales tiene un efecto diferenciado sobre la participación política *offline* según el tipo de plataforma que se emplee (Facebook, Twitter o WhatsApp).
3. El uso político expresivo –orientado hacia el contacto e interacción con grupos políticos– y el uso político conversacional de las redes sociales ejercen efectos directos sobre la participación política *offline*.
4. La interacción entre el uso informativo y expresivo de las redes sociales está positivamente relacionada con la participación política *offline*.

[133]

MÉTODO

Participantes y procedimiento

Participaron voluntariamente 1136 personas mayores de 18 años del distrito metropolitano de Quito, Ecuador. Para atenuar las limitaciones en el muestreo no probabilístico, se establecieron cuotas por género y edad, con el fin de contar con una muestra que conservara una representatividad sociodemográfica de la población ecuatoriana. El 53,1 % de la muestra estuvo compuesta por mujeres y el 46,9 % por hombres, con una media de edad de 34,3 años ($DS = 14,7$). Respecto al nivel de estudios, el 0,7 % de la muestra no tiene instrucción formal, un 3,7 % cuenta con educación primaria, el 8,2 % educación secundaria, un 45,2 % bachillerato, el 40,7 % presenta estudios universitarios y el 1,5 % ha cursado formación de posgrado.

El ingreso familiar mensual de los participantes se reportó mediante intervalos de valores que varían entre menos de un salario mínimo¹ (13,8 %) hasta 2625 USD o más (4,6 %), la media se situó en el intervalo de “750 a 1124 USD” (29,1 %). El 73,9 % de los participantes manifiesta un uso político de Facebook, el 34,4 % de los participantes ha adoptado conductas políticas a través de Twitter y el 66,0 % mediante WhatsApp.

¹ El salario mínimo en Ecuador es de 375 USD.

El levantamiento de información se llevó a cabo durante la tercera y cuarta semana del mes de marzo del 2017, previo a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales en Ecuador. Los datos se recopilaban por medio de la aplicación de una encuesta general de opinión y participación política, diseñada por el Grupo de Investigaciones Psicosociales (GIPS) de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS), sede Quito. El procedimiento de encuestado se efectuó a través de estudiantes de segundo nivel de la carrera de Psicología de la UPS debidamente instruidos en técnicas de encuesta. Se aseguró que todos los participantes contaran con información previa sobre los fines de la investigación y las respectivas condiciones de confidencialidad.

Instrumentos

Participación política offline: la participación en actividades políticas *offline* se midió a través de ocho conductas políticas: firmar peticiones escritas con el objetivo de influir en la política; colaborar con otras personas del barrio o sector para resolver problemas locales; asistir a marchas, manifestaciones o movilizaciones colectivas legales y pacíficas; asistir a una reunión o debate político; contactar o intentar ponerse en contacto con un político o un funcionario público para expresar puntos de vista (sea personalmente o vía carta escrita); discutir personalmente con otros sobre política o las votaciones; donar dinero o recolectar fondos para alguna actividad social o política; y contactar o aparecer en los medios de comunicación para expresar puntos de vista políticos.

[134]

El formato de respuesta fue de tipo Likert de 5 puntos, que varían de 1 (*nunca lo he hecho y nunca lo haría bajo ninguna circunstancia*) a 5 (*lo he hecho muchas veces*). Se obtuvieron resultados satisfactorios en términos de consistencia interna ($\alpha = 0,83$). Para la elaboración de esta escala se tomaron como referencia los trabajos de Somuano (2005) y Ribeiro *et al.* (2011).

Participación política en redes sociales: para la evaluación del comportamiento político en redes sociales se consideró un conjunto de ocho actividades de carácter político que pueden llevarse a cabo en dichas plataformas digitales. La tipología que se utilizó fue la siguiente: (i) uso informacional, que incluye actividades de consumo o reenvío y difusión de contenidos, imágenes, videos y enlaces sobre cuestiones políticas o relacionadas con las campañas electorales (dos ítems); (ii) uso expresivo, que engloba actividades centradas en la formulación de comentarios y opiniones políticas en el perfil o muro personal, y el posteo de comentarios o respuestas a las posturas políticas expresadas en el muro o página personal de contactos (dos ítems); (iii) uso conversacional, que alude a chatear con amigos o conocidos sobre temas políticos, los candidatos o las campañas electorales (un ítem); y (iv) uso orientado al contacto e interacción con grupos políticos, que involucra actividades como unirse a grupos creados por amigos o conocidos para tratar o apoyar temas y propuestas políticas, unirse a grupos creados por organizaciones políticas o candidatos electorales, así como iniciar grupos con el objetivo de promover ideas políticas o respaldar iniciativas de candidatos u organismos políticos (tres ítems).

Estas preguntas se realizaron por las plataformas de Facebook, Twitter y WhatsApp por separado. La consistencia interna global obtenida es altamente satisfactoria ($\alpha = 0,95$) y en todos los casos ($\alpha = 0,90$ para Facebook, $\alpha = 0,94$ para Twitter y $\alpha = 0,92$ para WhatsApp). El nivel de participación en las actividades políticas contempladas para el caso de redes sociales se midió a través de una escala tipo Likert de 5 puntos, que varía de 1 (*nunca*) a 5 (*siempre*). Para la elaboración de las escalas se tomaron como referencia los trabajos de Valenzuela, Park y Kee (2014), Yamamoto, Kushin y Dalisay (2015) y Chan (2016).

Estatus socioeconómico: para la evaluación del estatus socioeconómico se construyó una variable de interacción entre el nivel de educación y el ingreso monetario, dada la elevada correlación que existe entre estos dos conceptos. No obstante, con la finalidad de contar con estimaciones más precisas de la disponibilidad de recursos para los participantes, se procedió a calcular el ingreso per cápita correspondiente, para ello se dividió el ingreso familiar reportado por el tamaño del hogar al que pertenece cada participante (Mancero, 2001). En consecuencia, el estatus socioeconómico se midió como el producto entre los valores estandarizados (z) del nivel de educación y el ingreso per cápita obtenido (Morris y Morris, 2013).

Factores actitudinales: se consideraron seis indicadores.

1. Eficacia política interna. Consistente en las creencias que una persona tiene sobre su capacidad para alcanzar resultados deseados en el plano político mediante sus acciones soportadas en las habilidades y recursos disponibles (Vittorio, Vecchione, Capanna y Mebane, 2009). Para su medición se empleó una escala tipo Likert basada en cuatro ítems que varían de 1 (*totalmente en desacuerdo*) a 4 (*totalmente de acuerdo*). La consistencia interna fue satisfactoria ($\alpha = 0,80$).
2. Ideología política. Se evaluó a través de una escala de autopoicionamiento político en un contínuum que varía de 1 (*izquierda política*) a 10 (*derecha política*).
3. Importancia de la democracia. Se cuantificó en una escala de 10 puntos que va desde 1 (*nada importante*) hasta 10 (*muy importante*).
4. Responsabilidad moral. Se evaluó con una escala de importancia atribuida por el encuestado al implicarse en cuestiones políticas, se empleó una escala tipo Likert de 5 puntos que va desde 1 (*totalmente en desacuerdo*) a 5 (*totalmente de acuerdo*).
5. Opinión política del círculo social. La percepción de los encuestados sobre la importancia atribuida por su círculo social al participar políticamente se evaluó con una escala de 4 puntos que va desde 1 (*nada importante*) a 4 (*muy importante*).
6. Interés en la política. Se midió con una escala de valoración que varía de 1 (*nada interesado*) a 4 (*muy interesado*).

Pertenencia a grupos políticos: se evaluó la situación de pertenencia que los encuestados mantienen con respecto a varios tipos de organizaciones y movimientos sociales con fines políticos, que van desde partidos políticos hasta grupos de acción social-comunitaria. El grado de pertenencia se midió con una escala de valoración de 4 puntos: de 1 (*nunca he sido miembro*) a 4 (*soy miembro y participo activamente*). La prueba de consistencia interna presentó resultados estadísticamente satisfactorios ($\alpha = 0,81$).

RESULTADOS

Con el propósito de verificar empíricamente las hipótesis de investigación se formularon regresiones lineales multivariantes, empleando para la estimación de parámetros el método de mínimos cuadrados ordinarios. Adicionalmente, se adoptó una estrategia de control de variables que permitiera probar de forma conservadora la existencia o no de las relaciones propuestas entre las

[135]

variables de interés con base en la revisión teórica realizada. Este diseño conservador de los modelos multivariantes ayuda a reducir la probabilidad de cometer errores de tipo I (aceptar relaciones que realmente no existen entre las variables) a costa de elevar la probabilidad de cometer errores de tipo II (rechazar relaciones que realmente existen entre las variables).

Dado el tamaño elevado de la muestra de estudio, se optó por realizar una prueba rigurosa de las hipótesis planteadas, aunque esto implique asumir cierto riesgo de cometer errores de tipo II debido a la muy posible presencia de multicolinealidad (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014; Mason y Perreault, 1991). Por último, los modelos de regresión se construyeron a partir de una modalidad por pasos o jerárquica, con la finalidad de aislar la contribución explicativa de diferentes bloques de variables predictoras con respecto a la variable dependiente, es decir, el comportamiento de la participación política *offline*.

Los bloques de predictores considerados fueron: (i) características sociodemográficas, (ii) recursos, (iii) factores actitudinales, (iv) movilización externa, con la variable pertenencia a grupos políticos y (v) participación política en redes sociales, que involucra el uso político de las redes sociales Facebook, Twitter y WhatsApp, diferenciando entre los tipos de uso político identificados: informacional, expresivo, conversacional u orientado hacia grupos políticos.

Uso político de redes sociales y rol movilizador de la participación política offline

[136]

Para contrastar la relación entre el activismo político en redes sociales y el grado de participación política en el plano real (hipótesis 1), se elaboró un modelo de regresión múltiple insertando la métrica global de uso político de redes sociales (Facebook, Twitter y WhatsApp) en el conjunto de predictores. Los resultados se presentan en la tabla 1 (modelo 1). Como se puede observar, el modelo elaborado tiene una capacidad explicativa del 39 % de las variaciones registradas en la participación política *offline*. En cuanto a las variables de control incluidas en el modelo, únicamente el sexo no ejerce un efecto estadísticamente significativo sobre la variable dependiente.

La edad ($\beta = 0,06$; $p < 0,05$), el estatus socioeconómico ($\beta = 0,07$; $p < 0,01$), el interés en la política ($\beta = 0,144$; $p < 0,001$), la importancia de la democracia ($\beta = 0,056$; $p < 0,05$), la eficacia política interna ($\beta = 0,12$; $p < 0,001$), la responsabilidad moral frente a la política ($\beta = 0,072$; $p < 0,01$), la opinión política del círculo social ($\beta = 0,087$; $p < 0,01$) y la pertenencia a grupos políticos ($\beta = 0,257$; $p < 0,001$) se relacionan de forma positiva y significativa con el nivel de implicación de la ciudadanía con actividades políticas *offline*.

En contraste, la ideología política ($\beta = -0,055$; $p < 0,05$) se asocia de forma negativa y significativa con la variable dependiente, lo cual significa que las personas que tienen una ideología política de izquierda tienden a involucrarse más en conductas políticas *offline*. El poder explicativo del bloque de características sociodemográficas ($\Delta R^2 = 1,6 \%$) y del bloque correspondiente a la disponibilidad de recursos materiales y cognitivos ($\Delta R^2 = 0,5 \%$) es bastante reducido, mientras que los bloques de factores actitudinales hacia la política ($\Delta R^2 = 20,8 \%$) y movilización externa inducida por los esfuerzos de reclutamiento de organizaciones políticas ($\Delta R^2 = 9,9 \%$) presentan un poder predictivo elevado respecto al grado de participación política *offline*.

Tabla 1. Regresiones multivariantes de la participación política offline

	Modelo 1	Modelo 2
Predictores	β	β
Paso 1: características sociodemográficas		
Sexo (femenino)	- 0,016	- 0,013
Edad	0,060*	0,066**
ΔR^2	1,6 %	1,6 %
Paso 2: recursos		
Estatus socioeconómico	0,070**	0,068**
ΔR^2	0,5 %	0,5 %
Paso 3: factores actitudinales		
Interés en la política	0,144***	0,136***
Importancia de la democracia	0,056*	0,051*
Eficacia de la política interna	0,120***	0,115***
Ideología política	- 0,055*	-0,054*
Responsabilidad moral	0,072**	0,072**
Opinión política del círculo social	0,087**	0,085**
ΔR^2	20,8 %	20,8 %
Paso 4: movilización externa		
Pertenencia a grupos políticos	0,257***	0,255***
ΔR^2	9,9 %	9,9 %
Paso 5: participación política en redes sociales		
Uso político de redes sociales (global)	0,286***	
Uso político de Facebook		0,139***
Uso político de Twitter		0,023
Uso político de WhatsApp		0,172***
ΔR^2	6,3 %	6,9 %
R ² Total	39,0 %	39,6 %

Nota: * p < 0,05 (5 %), ** p < 0,01 (1 %), *** p < 0,001 (0,1 %). Se reportan los coeficientes de regresión estandarizados (β).

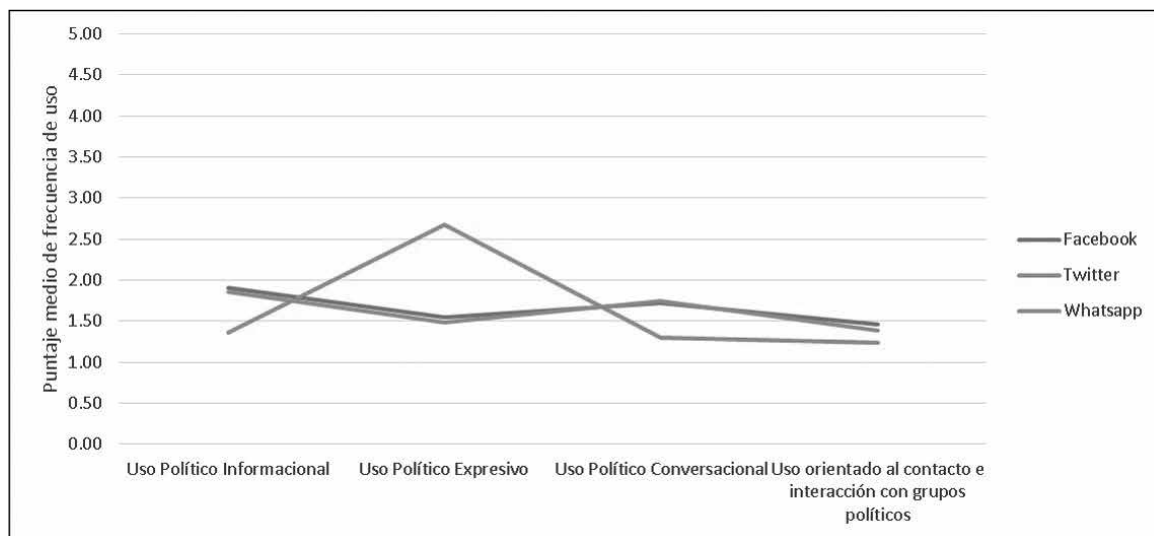
Fuente: datos recopilados por el GIPS, UPS, Quito-Ecuador (marzo 2017).

Retornando a la hipótesis 1, se presenta una relación estadísticamente significativa y positiva entre el uso político de redes sociales en general y la participación política *offline* ($\beta = 0,286$; $p < 0,001$). Esto revela que quienes realizan un mayor uso de las redes sociales para cuestiones políticas tienden a estar más involucrados en actividades políticas *offline*. Complementario a esto, se constata el poder explicativo que las conductas políticas a través del Internet, específicamente en redes sociales, tienen con respecto a las conductas políticas *offline* ($\Delta R^2 = 6,3 \%$). Asimismo, se ratifica que junto con la pertenencia a grupos políticos ($\beta = 0,257$), el uso político de redes sociales ($\beta = 0,286$) constituye el predictor que mayor impacto ejerce sobre el nivel de activismo político *offline*. Este resultado sugiere un efecto movilizador del uso político de redes sociales sobre la participación política *offline*.

[137]

Para evaluar la hipótesis 2 se diseñó un modelo de regresión múltiple conservando la participación política *offline* como variable dependiente y descomponiendo el uso político de las redes sociales según se trate de la plataforma Facebook, Twitter o WhatsApp, dando lugar a predictores separados. Los bloques de control se mantuvieron sin alteraciones (véase tabla 1, modelo 2). Los resultados del análisis de regresión muestran que tanto el uso político de Facebook ($\beta = 0,139$; $p < 0,001$) como de WhatsApp ($\beta = 0,172$; $p < 0,001$) tienen un efecto estadísticamente significativo sobre el nivel de implicación de las personas en actividades políticas *offline*. En contraste, el uso político de Twitter no parece influir de forma significativa en que las personas adopten conductas políticas más activas en el plano real. Es relevante el hecho de que la plataforma WhatsApp ($\beta = 0,172$) parece influir en un efecto movilizador más intenso sobre el activismo político *offline* que la plataforma Facebook ($\beta = 0,139$), lo cual podría explicarse tanto por el nivel general de uso político de cada plataforma digital, como por sus tipos concretos de uso político.

Gráfico 1. Tipos y nivel de uso político de las redes sociales Facebook, Twitter y WhatsApp



Nota: los valores del eje "Y" representan la frecuencia media de cada uno de los tipos de uso político considerados para el caso de redes sociales.

Fuente: datos recopilados por el GIPS, UPS, Quito-Ecuador (marzo 2017).

Según el gráfico 1 se observa que la plataforma Twitter tiene un mayor nivel de uso político de carácter expresivo que Facebook y WhatsApp, en tanto que los usuarios de estas dos últimas plataformas las utilizan para actividades relacionadas con el consumo y difusión de información política, conversación sobre asuntos políticos y contacto e interacción con grupos políticos. Estos tipos de uso político son menos frecuentes para los usuarios de Twitter. Por otro lado, los estilos de uso político de Facebook y WhatsApp resultan muy similares, lo que revela que ambas plataformas impactan de forma significativa sobre la participación política *offline*. Esto permitiría conjeturar que el balance entre los tipos de uso político que se hace de las redes sociales es un factor determinante al momento de ejercer un papel movilizador sobre el accionar político en el mundo real.

Tipos de uso político de las redes sociales y efectos diferenciados sobre la participación política offline

La tabla 2 presenta las correlaciones entre los diferentes tipos de uso político de redes sociales, las cuales son elevadas y significativas ($r > 0,70$; $p < 0,001$). Dicha correlación entre los tipos de uso político puede complicar la tarea de discernir entre los tipos de uso político que tienen mayor

o menor efecto sobre la participación política *offline*, puesto que hace muy posible la aparición de problemas de multicolinealidad. A pesar de este problema, la introducción simultánea de los posibles tipos de uso político de redes sociales en un modelo de regresión multivariante hace posible la identificación de efectos directos sobre la variable dependiente, mientras que los efectos indirectos pueden deducirse a partir de los coeficientes de regresión no significativos.

Tabla 2. Correlaciones bivariadas entre tipos de uso político de las redes sociales

Tipos de uso político de redes sociales	1	2	3	4
1. Uso político informativo	-			
2. Uso político expresivo	0,771***	-		
3. Uso político conversacional	0,779***	0,774***	-	
4. Uso orientado al contacto e interacción con grupos políticos	0,711***	0,796***	0,718***	-

Nota: se reportan los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables. *** $p < 0,001$, pruebas de dos colas.

Fuente: datos recopilados por el GIPS, UPS, Quito-Ecuador (marzo 2017).

La tabla 3 expone los resultados de un modelo de regresión múltiple construido a partir de los tipos de uso político de redes sociales incorporados en el conjunto de predictores (modelo 3). En relación con la hipótesis 3, los resultados del análisis de regresión revelan que únicamente el uso político expresivo ($\beta = 0,139$; $p < 0,01$) y el uso orientado hacia el contacto e interacción con grupos políticos ($\beta = 0,129$; $p < 0,01$) influyen de modo significativo sobre la participación política *offline*. Esto sugiere que serían estas formas de uso político de las redes sociales las que generan un efecto movilizador directo sobre el activismo político *offline*. Sin embargo, los resultados obtenidos no descartan la posibilidad de que se observen efectos indirectos entre los tipos de uso político analizados. La falta de una influencia significativa directa del uso político informativo de redes sociales puede deberse a que su efecto se encuentra totalmente modulado por el resto de tipos de uso político, especialmente el uso político expresivo.

[139]

En otro punto, la carencia de una influencia directa significativa del uso político conversacional puede deberse a que esta variable se encuentra actuando como un modulador común para el resto de tipos de uso político de las redes sociales, o bien el carácter informal de las conversaciones y chats políticos a través de estas plataformas, efectivamente, no supone un efecto movilizador de cara a la toma de acciones políticas en el mundo real. Cabe recordar que la intercorrelación detectada entre las formas alternativas de emplear políticamente las redes sociales apunta a la presencia de una estructura causal compleja, con la posibilidad de que varios usos como el informativo, expresivo o conversacional operen como causa y efecto a la vez, mientras que el uso orientado hacia grupos políticos podría actuar como un reforzador común de los otros tipos de uso político.

Tabla 3. Regresiones multivariantes de la participación política *offline*. Comparación de efectos entre tipos de uso político de redes sociales

	Modelo 3	Modelo 4
Predictores	β	β
Paso 1: características sociodemográficas		
Sexo (femenino)	- 0,010	- 0,012
Edad	0,058*	0,054*

	Modelo 3	Modelo 4
Predictores	β	β
ΔR^2	1,6 %	1,6 %
Paso 2: recursos		
Estatus socioeconómico	0,067**	0,067**
ΔR^2	0,5 %	0,5 %
Paso 3: factores actitudinales		
Interés en la política	0,144***	0,149***
Importancia de la democracia	0,057*	0,054*
Eficacia de la política interna	0,122***	0,126***
Ideología política	-0,051*	-0,051*
Responsabilidad moral	0,076**	0,075**
Opinión política del círculo social	0,082**	0,083**
ΔR^2	20,8 %	20,8 %
Paso 4: movilización externa		
Pertenencia a grupos políticos	0,249***	0,252***
ΔR^2	9,9 %	9,9 %
Paso 5: participación política en redes sociales		
Uso político informacional	0,054	
Uso político expresivo	0,139**	
Uso político conversacional	-0,003	0,008
Uso orientado al contacto e interacción con grupos políticos	0,129**	0,145***
Uso político informacional x uso político expresivo		0,153**
ΔR^2	6,7 %	6,5 %
R^2 Total	39,4 %	39,2 %

Nota: * $p < 0,05$ (5 %), ** $p < 0,01$ (1 %), *** $p < 0,001$ (0,1 %). Se reportan los coeficientes de regresión estandarizados (β).

Fuente: datos recopilados por el GIPS, UPS, Quito-Ecuador (marzo 2017).

Por último, se elaboró un modelo de regresión multivariante reemplazando los predictores relativos al uso político informacional y expresivo de redes sociales por una variable de interacción entre ambos usos (véase tabla 3, modelo 4). Esto constituye una estrategia adecuada para resolver el problema de multicolinealidad entre dos variables, cuando se sospecha que una de las variables actúa como mediadora del efecto producido por la otra (Eveland y Scheufele, 2000). Los resultados arrojados por el análisis de regresión permiten verificar la hipótesis 4, puesto que la interacción incluida de ambos usos se conecta de forma directa y significativa con la participación *offline* ($\beta = 0,153$; $p < 0,01$).

El signo positivo del término de interacción revela que el aumento en el uso político informacional de las redes sociales estimula un incremento del uso de carácter expresivo, lo que a su vez ejerce un efecto movilizador sobre las conductas políticas fuera del Internet. En otras palabras, se presenta evidencia robusta del efecto indirecto del consumo, reenvío y difusión de información política a través de las redes sociales sobre el activismo político *offline* con la expresión política como variable mediadora.

DISCUSIÓN

La presente investigación tiene el propósito de contribuir al debate sobre el papel que Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías desempeñan en la participación política de los ciudadanos. Los resultados están en línea con aquellos enfoques que conciben al Internet y sus aplicaciones como mecanismos que estimulan la movilización de las personas hacia el proceso político y, de este modo, mejorar el ejercicio de la ciudadanía democrática (Gil de Zúñiga *et al.*, 2010; Jennings y Zeitner, 2003; Morris y Morris, 2013; Nam, 2012). En este sentido, la verificación del efecto movilizador del uso político de las redes sociales sobre el involucramiento en acciones políticas *offline* (hipótesis 1) presenta dos implicaciones: primera, confirma anteriores estudios (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014; Holt, Shehata, Strömbäck y Ljungberg, 2013; Kushin y Yamamoto, 2010). Segunda, ofrece evidencia empírica a favor de la tesis de la “puerta de acceso” (*gateway*) que sostiene que la adopción de conductas políticas de carácter *online* sitúa a las personas en el camino hacia la participación en actividades políticas fuera del Internet (Kim, Russo y Amnå, 2016).

En específico, el uso político de las redes sociales presenta un impacto positivo en el desarrollo de la dimensión política de los usuarios, en el fortalecimiento del compromiso (Skoric y Poor, 2013), en la reflexión política de los ciudadanos (Gil de Zúñiga *et al.*, 2013), en la promoción de actitudes positivas hacia las conductas políticas en el plano real y en el mejoramiento de la predisposición para adoptarlas (Helal y Hamza, 2015; Kim *et al.*, 2016; Moeller *et al.*, 2014).

En lo atinente a la hipótesis 2, los hallazgos del estudio coinciden con la literatura disponible en cuanto a la conexión entre el uso político de Facebook y la participación política *offline* (Chan, 2016; Valenzuela *et al.*, 2009; Zaheer, 2016; Zhang, Johnson, Seltzer y Bichard, 2010). Por otra parte, este estudio resulta inédito respecto a los resultados sobre los efectos del uso político de WhatsApp en la participación política *offline*, lo que revela que los ciudadanos más activos políticamente en esta plataforma digital tienden a involucrarse en actividades políticas fuera del Internet.

[141]

En este mismo punto, no se manifiesta un efecto significativo del uso político de Twitter sobre el activismo político *offline* de los participantes, lo que se contrapone con los hallazgos empíricos efectuados en otras investigaciones (Vaccari *et al.*, 2015). No obstante, es posible conjeturar que el balance entre los diferentes tipos de uso político de las redes sociales configura un factor clave al momento de ejercer un efecto motivador sobre las actividades políticas *offline*. En el caso de Facebook y WhatsApp los usos políticos de carácter expresivo, informativo, conversacional y aquel orientado hacia los grupos políticos mostraron un mejor balance que en el caso de Twitter, en donde se evidencia un claro sesgo hacia la expresión política.

Un análisis más detallado permitió comparar las relaciones entre diferentes usos políticos de las redes sociales y el grado de activismo político *offline*. La verificación de una conexión directa entre el uso político de carácter expresivo y la adopción de conductas políticas *offline* (hipótesis 3) otorga apoyo a que la expresión política constituye un determinante de la toma de acción política (Gil de Zúñiga *et al.*, 2010; Macafee y De Simone, 2012; Skoric y Zhu, 2016). Una mayor intensidad en la expresión política elevaría el compromiso político de quien la ejerce, aumentando su predisposición para adoptar conductas políticas de mayor alcance en el plano real (Shah, 2016).

Esta transición de un rol expresivo a uno activo respondería a la necesidad de extender el impacto de la voz política de quien se expresa sobre el proceso político (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014). En este marco, las redes sociales son espacios que facilitan y potencian la expresión política de sus

usuarios, pues ofrecen la oportunidad de transmitir ideas a gran escala y disponer de múltiples audiencias continuamente receptivas a los mensajes difundidos. Por otra parte, se corrobora la influencia directa de las redes sociales sobre la participación política *offline* centrada en el contacto e interacción con grupos políticos (hipótesis 3).

Esto coincide con el planteamiento de una modernización en las estrategias de reclutamiento de organizaciones y partidos políticos vía posicionamiento en redes sociales, que permiten reforzar su capacidad movilizadora sobre la ciudadanía (Chan, 2016). Dichas maniobras se posibilitan dado que las redes sociales operan como plataformas de empoderamiento, facilitando que los usuarios que se unen a las comunidades digitales creadas por las organizaciones o actores políticos adopten un papel más activo en la promoción o difusión de proyectos y propuestas políticas (Effing, Van Hillegersberg y Huibers, 2011). En otras palabras, una mayor pertenencia a comunidades políticas *online* y, en especial, si se encuentran en Facebook, Twitter o WhatsApp, impulsa una respuesta positiva de los usuarios a invitaciones de organizaciones políticas para participar en acciones políticas *offline*.

[142]

En el caso del uso político conversacional de redes sociales no se encuentra una conexión significativa con las conductas político-participativas fuera del Internet (hipótesis 3), lo que contradice los hallazgos de otros estudios (Gil de Zúñiga *et al.*, 2010; Rojas, 2006). Sin embargo, tales resultados se explicarían a la luz de las propuestas que definen las conversaciones o chats políticos a través de redes sociales como accesorias para el sostenimiento de las relaciones interpersonales. Es decir, debido a su naturaleza informal y enmarcada en otras temáticas de conversación, no promueve un efecto movilizador hacia la acción política *offline*. Así, los chats políticos en las redes sociales no se comparan en términos de movilización política con las discusiones y debates más informados, reflexivos y elaborados que tienen lugar en foros políticos o plataformas digitales centradas en temas de interés público (Eveland, Morey y Hutchens, 2011; Skoric y Zhu, 2016).

En relación con el consumo de información política como determinante de la participación política, este estudio valida la secuencia causal identificada en otras investigaciones: consumo de información política → expresión política → participación política (Chan, 2016). La inclusión de un término de interacción entre uso político informacional y uso político expresivo de las redes sociales en el cuarto modelo de regresión, ratifica un efecto de interacción de estas variables sobre la participación política *offline*. Este hallazgo es compatible con estudios hechos en otros contextos (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014; Yamamoto *et al.*, 2015), lo cual afianza la idea de que el consumo de información política incide en la implicación en actividades políticas *offline* mediante el estímulo de la expresión política.

Estos hallazgos tienen efectos en el estudio de la participación política en Ecuador y América Latina, caracterizado últimamente por resultados electorales con estrecho margen de diferencia y en los que la participación de los ciudadanos resulta clave. En Ecuador las elecciones presidenciales se presentaron en un contexto de creciente polarización política, en la cual gran parte de la propaganda de los candidatos fue impulsada a través de un entorno *online*. Los resultados obtenidos aquí sugieren que, aunque en Ecuador el voto es obligatorio, el uso político en las redes sociales propicia un clima de participación política inédito previo, durante y después de las elecciones presidenciales.

El uso de las redes sociales e Internet se encuentra en un debate político actual en Ecuador respecto a la pertinencia de introducir limitaciones y sanciones frente a actos de odio y discriminación, lo que revela el impacto que su uso ha venido adquiriendo en los últimos años. No obstante,

es imprescindible considerar en esta discusión, que las redes sociales están promoviendo un efecto democratizador de la participación política (Zumárraga *et al.*, en prensa) que, en el entorno de abruptos cambios políticos que están ocurriendo últimamente en el país, posibilita mayor acceso a información e igualdad entre diversos sectores sociales.

LIMITACIONES Y FUTUROS ESTUDIOS

El estudio tiene algunas limitaciones a tomar en cuenta: en primer término, presenta un carácter transversal, que dificulta evaluar los cambios y la dinámica que evidencian los usos políticos de las redes sociales y si estas son estables en el tiempo o tienden a extinguirse. En este mismo sentido, la investigación se desarrolla en un periodo eleccionario, el cual, dada la trascendencia asignada por un probable cambio de ciclo partidista en Ecuador, por sí solo promueve un alto interés y motivación en participar políticamente. No obstante esta restricción, aquí se evaluaron distintas conductas políticas y no únicamente las que se vinculan con las elecciones. Así, resulta de interés que se efectúen estudios de panel en un contexto no electoral y de qué modo conductas que se incentivaron en el periodo electoral se mantienen en una etapa posterior.

En relación con los efectos indirectos presentados en los usos políticos, sería recomendable que futuras investigaciones incluyeran modelos de ecuaciones estructurales que posibiliten incluir tales efectos. También, es importante considerar en el futuro es el uso político a través de la plataforma de WhatsApp, el cual aquí reportó una tendencia prácticamente idéntica al uso en Facebook. Además, interesa explorar el uso político a través de dispositivos celulares, aspecto poco explorado.

Por último, los resultados que se entregaron aquí revelan la necesidad de seguir examinando, en particular en el contexto de América Latina, el uso político de las redes sociales e Internet en la participación *online* y *offline*. Este estudio corrobora una interdependencia entre ambos tipos de participación política, la cual requiere ser explorada en los escenarios políticos en América Latina, caracterizados cada vez más por mayor complejidad y polarización social.

[143]

REFERENCIAS

- Abdu, S. D., Mohamad, B. & Muda, S. (2017). Youth online political participation: the role of Facebook use, interactivity. *Quality Information and Political Interest*, 80.
- Alexa. (2017). Top sites in Ecuador.
- Anduiza, E., Cantijoch, M., Gallego, A. & Salcedo, J. (2010). Internet y participación política en España. Opiniones y actitudes. *Centro de Investigaciones Sociológicas*, 63, 1-67.
- Bekafigo, M. A. & McBride, A. (2013). Who tweets about politics? Political participation of Twitter users during the 2011 gubernatorial elections. *Social Science Computer Review*, 31(5), 625-643. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/0894439313490405>
- Bosnjak, M., Galesic, M. & Klicek, B. (2007). Determinants of online political participation in Croatia. *Drustvena Istrazivanja*, 17(4-5), 747-769.
- Cabalin, C. (2014). Estudiantes conectados y movilizados: el uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, XXII(43), 25-33.
- Caprara, G. V., Vecchione, M., Cappana, C. & Mebane, M. (2009). Perceived political self-efficacy: theory, assessment, and applications. *European Journal of Social Psychology*, 39, 1002-1020. Disponible en: <http://doi.org/10.1002/ejsp>
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chan, M. (2016). Social network sites and political engagement: exploring the impact of Facebook connections and uses on political protest and participation. *Mass Communication and Society*, 19(4), 430-451. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/15205436.2016.1161803>

[144]

- Cmeciu, C. & Román, B. C. (2016). Activismo cívico digital en Rumanía: la comunidad de Facebook en las protestas *on-line* contra Chevron. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 47, 19-28.
- De Marco, S. & Robles, J. M. (2012). Uso de los blogs políticos: análisis de algunos factores determinantes. *Arbor*, 188(756), 689-705. Disponible en: <http://doi.org/10.3989/arbor.2012.756n4005>
- Effing, R., Hillegersberg, J. & Huibers, T. (2011). Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems? *Electronic Participation*, 6847, 25-35. Disponible en: <http://doi.org/10.1007/978-3-642-23333-3>
- Espinar-Ruiz, E. & González-Río, M. J. (2015). Uso de Internet y prácticas políticas de los jóvenes españoles. *Convergencia*, 22(69), 13-38.
- Eveland, W. J. & Scheufele, D. A. (2000). Connecting news media use with gaps in knowledge and participation connecting news media use with gaps. *Political Communication*, 17, 215-237.
- Eveland, W. P., Morey, A. C. & Hutchens, M. J. (2011). Beyond deliberation: new directions for the study of informal political conversation from a communication perspective. *Journal of Communication*, 61(6), 1082-1103. Disponible en: <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01598.x>
- Gil de Zúñiga, H., Bachmann, I., Hsu, S.-H. & Brundidge, J. (2013). Expressive versus consumptive blog use: implications for interpersonal discussion and political participation. *International Journal of Communication*, 7, 1538-1559.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N. & Valenzuela, S. (2012a). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336. Disponible en: <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L. & Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612-634. Disponible en: <http://doi.org/10.1111/jcom.12103>
- Gil de Zúñiga, H. & Valenzuela, S. (2011). The mediating path to a stronger citizenship: online and offline networks, weak ties, and civic engagement. *Communication Research*, 38(3), 397-421. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/0093650210384984>
- Gil de Zúñiga, H., Veenstra, A., Vraga, E. & Shah, D. (2010). Digital democracy: reimagining pathways to political participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1), 36-51. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/19331680903316742>
- Gustafsson, N. (2012). The subtle nature of Facebook politics: swedish social network site users and political participation. *New Media & Society*, 14(7), 1111-1127. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/1461444812439551>
- Helal, A. M. & Hamza, E. G. A. (2015). Political efficacy, voting behavior and partisanship among university students. *International Journal of Humanities and Social Science*, 5(9), 300-315.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J. & 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? *European Journal of Communication*, 28(1), 19-34. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/0267323112465369>
- Jennings, M. K. & Zeitner, V. (2003). Internet use and civic engagement: a longitudinal analysis. *Public Opinion Quarterly*, 67(3), 311-334.
- Jiang, L. (2016). The effects of the Internet on online and offline political participation among citizens in Australia. 66th Annual International Conference of British Political Science Association.
- Kenski, K. & Stroud, N. J. (2006). Connections between Internet use and political efficacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 173-192.
- Kim, Y. & Chen, H. (2016). Telematics and informatics social media and online political participation: the mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives. *Telematics and Informatics*, 33(2), 320-330. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.tele.2015.08.008>
- Kim, Y., Russo, S. & Amnå, E. (2015). The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages. En: *APSA Annual Meeting*. Vol. 36. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/1461444813518391>
- Kushin, M. J. & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608-630. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/15205436.2010.516863>
- Lehman, K., Verba, S. & Brady, H. E. (2010). Weapon of the strong? Participatory inequality and the Internet. *Perspectives on Politics*, 8(2), 487-509. Disponible en: <http://doi.org/10.1017/S1537592710001210>

- Macafee, T. & De Simone, J. J. (2012). Killing the Bill online? Pathways to young people's protest engagement via social media. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(11), 579-584. Disponible en: <http://doi.org/10.1089/cyber.2012.0153>
- Mancero, X. (2001). Escalas de equivalencia: reseña de conceptos y métodos. Santiago de Chile. Disponible en: <http://www.cepal.org/deype/mecovi/docs/TALLER4/22.pdf>
- Mason, C. & Perreault, W. (1991). Collinearity, power, and interpretation of multiple regression analysis. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 268-280.
- Moeller, J., De Vreese, C., Esser, F. & Kunz, R. (2014). Pathway to political participation. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 689-700. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/0002764213515220>
- Morris, D. S. & Morris, J. S. (2013). Digital inequality and participation in the political process: real or imagined? *Social Science Computer Review*, 31(5), 589-600. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/0894439313489259>
- Nam, T. (2012). Dual effects of the Internet on political activism: reinforcing and mobilizing. *Government Information Quarterly*, 29(1), S90-S97. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.giq.2011.08.010>
- Ribeiro, E. A., Borba, J. & Salinas, A. (2011). Participación y democracia en América Latina: los determinantes individuales de la participación política. *Foro Internacional*, 242-270.
- Rojas, H. (2006). Comunicación, participación y democracia 1. *Universitas Humanística*, 2(62), 109-142.
- Scherman, A. & Arriagada, A. (2011). La protesta en la era de las redes sociales: el caso chileno. Disponible en: http://cip.udp.cl/medios/wp-content/uploads/2016/01/Capitulo_8-Scherman__Arriagada_y_Valenzuela_pp_181-199-libre.pdf
- Shah, D. V. (2016). Conversation is the soul of democracy: expression effects, communication mediation, and digital media. *Communication and the Public*, 1(1), 12-18. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/2057047316628310>
- Skoric, M. M. & Poor, N. (2013). Youth engagement in Singapore: the interplay of social and traditional media. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 57(2), 187-204. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/08838151.2013.787076>
- Skoric, M. M. & Zhu, Q. (2016). Social media and offline political participation: uncovering the paths from digital to physical. *International Journal of Public Opinion Research*, 28(3), 415-427. Disponible en: <http://doi.org/10.1093/ijpor/edv027>
- Somunano, M. F. (2005). Más allá del voto: modos de participación política no electoral en México. *Foro Internacional*, XLV(1), 65-88.
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Bonneau, R., Jost, J. T., Nagler, J. & Tucker, J. A. (2015). Political expression and action on social media: exploring the relationship between lower and higher-threshold political activities among Twitter users in Italy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 221-239. Disponible en: <http://doi.org/10.1111/jcc4.12108>
- Valentino, N. A., Brader, T., Groenendyk, E. W., Gregorowicz, K. & Hutchings, V. L. (2011). Election night's alright for fighting: the role of emotions in political participation. *The Journal of Politics*, 73(1), 156-170. Disponible en: <http://doi.org/10.1017/S0022381610000939>
- Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K. F. (2009a). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college student's. *Journal of Computer Mediated Communication*, 14, 875-901. Disponible en: <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Van Deursen, A. J. & Van Dijk, J. A. (2009). Improving digital skills for the use of online public information and services. *Government Information Quarterly*, 26(2), 333-340.
- Vicente, M. R. & Novo, A. (2014). An empirical analysis of e-participation. The role of social networks and e-government over citizens' online engagement. *Government Information Quarterly*, 31(3), 379-387.
- Yang, H. C. & Dehart, J. L. (2016). Social media use and online political participation among college students during the US election 2012. *Social Media + Society*, 1-18. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/2056305115623802>
- Zaheer, L. (2016). Use of social media and political participation among university students. *Pakistan Vision*, 17(1), 278-299.
- Zhang, W., Johnson, T. J., Seltzer, T. & Bichard, S. L. (2009). The revolution will be networked, the influence of social networking sites on political attitudes and behavior. *Social Science Computer Review*, 1-18. Disponible en: <http://doi.org/10.1177/0894439309335162>
- Zumárraga, M., Carofilis, C. & Reyes, C. (en prensa). El efecto movilizador de las emociones sobre la participación política online en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales en Ecuador 2017. *Revista Democracias*.