

ISSN electrónico: 2602-8069 - ISSN impreso: 1390-5341

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN LÍNEA

Social media influence on political participation online

Enrique Iván Noriega Carrasco

Universidad Autónoma de Occidente

enrique.noriega@uadeo.mx

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3002-337X>

Evelia de Jesús Izabal de la Garza

Universidad Autónoma de Occidente

evizga@hotmail.com

Código Orcid: [evelia.izabal@uadeo.mx](https://orcid.org/0000-0002-0268-5555), <https://orcid.org/0000-0002-0268-5555>

Fecha de recepción del artículo: 06/11/2020

Fecha de aceptación definitiva: 29/11/2020

RESUMEN

En décadas recientes los medios electrónicos se han vuelto parte de la vida cotidiana y, la llegada de las redes sociales en línea, ha otorgado a sus miembros la posibilidad de relacionarse y formar comunidades digitales, que hacen posible la formación de capital social. Tener una reserva abundante de capital social supone la producción de una sociedad civil densa, que se relaciona estrechamente con la participación política. Por lo anterior, el objetivo de esta investigación es encontrar la influencia del uso de Facebook en la participación política en línea. La metodología utilizada en esta investigación es cuantitativa, la cual buscó medir, mediante una encuesta con ítems en escala Likert, la incidencia entre las variables: intensidad de uso de Facebook, capital social en línea y participación política en línea. El objeto de estudio es la población de la ciudad de Culiacán, Sinaloa, México, por su alto porcentaje de usuarios de Internet en el país y su nivel de participación electoral. Como resultado, la participación política en línea mostró relación con el resto de las variables, incluso a partir de regresiones lineales se demuestra que es influenciada por el uso de Facebook. Si los sitios de redes sociales, como Facebook, influyen en la participación política en línea, al socializar información que puede contener asuntos públicos entre contactos, representan una oportunidad de dinamizar la participación política en forma física y con ello incidir en los procesos democráticos.

Palabras clave: Capital social, medios sociales, participación política, internet, democracia, desarrollo participativo.

ABSTRACT

In recent decades, electronic media have become part of daily life, and the arrival of online social networks has given its members the possibility of relating and forming digital communities that make the formation of social capital possible. An abundant reserve of social capital assumes the production of a dense civil society that is closely related to political participation. Therefore, the objective of this research is to find the influence of Facebook uses on online political participation. The methodology used in this research is quantitative, which sought to measure, through a survey with Likert scale items, the incidence between the variables: the intensity of use of Facebook, online social capital, and online political participation. The object of study is the population of Culiacán, Sinaloa, México, due to its high percentage of internet users in the country and its level of voter turnout. As a result, online political participation showed a relationship with the rest of the variables, even on linear regressions it is shown that it is influenced by the use of Facebook. If social networking sites such as Facebook influence online political participation, by socializing information that may contain public issues between contacts, they represent an opportunity to stimulate political participation in its physical form and thus influence democratic processes.

Keywords: *Social capital, Social media, Political participation, Internet, Democracy, Participatory development.*

INTRODUCCIÓN

La participación ciudadana es la piedra angular de la democracia (Arnstein, 1969), es poder ciudadano. Sen (1999) habla de la participación política y social como poseedoras de un valor intrínseco para la vida y bienestar humano. La democracia ayuda a la sociedad a formar sus valores y prioridades, lo que puede incidir en la creación de políticas públicas y promover el desarrollo.

Es así que los actores locales, estatales e incluso federales, dependen de la participación en diálogo con los ciudadanos para garantizar la respuesta a sus políticas y prácticas, pero también con fines de legitimación (Newman et al., 2004). Una acción pública o política pública es legítima cuando los ciudadanos tienen buenas razones para apoyarla u obedecerla (Fung, 2006); y, si se considera que toda acción, cuyo objeto sea ejercer influencia en las decisiones o políticas oficiales, se constituye como participación política (voto, campañas políticas, protesta, etc.) (Verba et al., 2000). Para las entidades gubernamentales es motivante lograr tener un público más cooperativo ganando su confianza acercándose a él (Irvin & Stansbury, 2004).

Sin embargo, en diversas partes del mundo la participación ha disminuido (Bell et al., 2004, Darin, 2005, Collin, 2015, Knight, 2014). En el caso de México, los porcentajes de participación en procesos democráticos para elecciones presidenciales fueron más altos en las elecciones de 1994 (77 %) en contraste con años posteriores (2000 y 2006 con 64 % y 59 % respectivamente). Si bien es cierto que en procesos más recientes se han presentado incrementos porcentuales, estos no han superado el 64 % del año 2000 (INE, 2017), cuando ocurre la derrota electoral del candidato presidencial del PRI y se extiende la idea de que México llegaba al punto culminante de su transición democrática (Tuckman, 2013). Respecto a Sinaloa, como entidad federativa, se ha ubicado por debajo de la media nacional, incluso entre las cinco entidades con menor participación en el país. Al analizar el caso específico de Culiacán, su capital, se encontró que en las elecciones de 2015 y 2018, las más recientes a la fecha, tuvo distritos con la participación más baja de todo el estado.

Por otro lado, los medios electrónicos se han vuelto parte de la vida cotidiana, la Internet y su tecnología han tomado mayor importancia para las innovaciones en política en las últimas décadas (Kneuer & Harnisch, 2016, Tolbert & McNeal, 2003), y han transformado el consumo de noticias (Boulianne, 2016). La penetración de esta red ha pasado del 15.8 % de la población mundial en el año 2005, al 51.2 % en 2018 (ITU, 2018). Para la población de México ha cambiado de 7 millones 97 mil en el año 2001, a 74 millones 325 mil en 2018 (Inegi, 2019).

Existe evidencia de que gran parte de la ciudadanía está adoptando el uso de estos servicios en cada nueva generación, particularmente jóvenes (Strandberg & Carlson, 2017, Xenos & Moy, 2007), originando la participación electrónica (*e-participation*) (Mossberger et al., 2012).

De Internet surgen las redes sociales en línea, como lo son Facebook y Twitter, cuyas funciones interactivas elevan la propagación de noticias, reduciendo el costo que implica (Gil de Zúñiga et al., 2014, Valenzuela et al., 2016), e incorporan funciones de tecnologías anteriores que permiten mantener conexiones sociales en una red amplia (Ellison et al., 2011); en este sentido, ofrecen a sus miembros la oportunidad de relacionarse en comunidades digitales, en las que la presencia física no es necesaria para formar capital social (Gil de Zúñiga et al., 2012).

Han pasado cerca de dos décadas desde que las redes sociales en línea consiguieron atención académica al relacionarse con el intercambio de noticias (Kümpel et al., 2015), y

aún no se fija un comportamiento entre variables de capital social y los sitios de redes sociales, como Facebook, respecto a la participación política.

A partir de lo anterior, el objetivo de esta investigación es encontrar la relación entre el capital social en los usuarios de redes sociales y su participación política en línea. La investigación se delimitó a la red social Facebook, en virtud de que es la más utilizada en México (98 %), y por ser una de las dos redes sociales que se asocian con mayor frecuencia a movimientos sociales.

Se consideraron dos criterios para decidir tomar como población de estudio a los usuarios de la red social de Culiacán, Sinaloa; en primer lugar, por ser una de las cinco ciudades con mayor porcentaje de usuarios de Internet en México, de acuerdo con el Inegi (2019). Además, se aborda particularmente el caso de Culiacán, en virtud de que, como se comentó antes, Sinaloa se ubicó por debajo de la media, en términos de votación, en los últimos tres procesos electorales (INE, 2017b, 2018), y Culiacán fue uno de los distritos con menor participación en la entidad.

La pertinencia de esta investigación se sustenta en diversas razones. En primer lugar, por la importancia de la participación ciudadana en la sociedad actual, Arnstein (1969) la define como poder ciudadano; su cercanía a la democracia es remarcable y con ello su relevancia ante la sociedad. Otro aspecto que justifica el realizar esta investigación es el impacto de los medios electrónicos en la sociedad. Los medios electrónicos cambian las interacciones humanas y sus formas de comunicación a través de las tecnologías en Internet.

REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Las redes sociales son herramientas que incorporan funciones de tecnologías anteriores, como las páginas web personales, pero las lleva a otro contexto, el cual permite mantener vínculos sociales con personas que se conocen fuera de línea (Ellison et al., 2011), así como establecer nuevas conexiones con otros usuarios (Ellison et al., 2007).

Facebook, una de las redes sociales más longevas y con mayor número de usuarios en el mundo, ha sido relacionada con frecuencia a movimientos sociales. Además, en México se ha aliado con el Instituto Nacional Electoral (INE), para la transmisión de debates y con verificadores de noticias para dar autenticidad o desmentir la información, que se publica en tiempos electorales con la finalidad de incentivar la participación (Facebook, 2018).

En redes sociales como Facebook prevalecen los lazos débiles, que tienden a exponer a las personas a opiniones más diversas (Velasquez y Rojas, 2017). Aunque algunos académicos argumentan que Internet acelerará la pérdida del involucramiento, al reducir vínculos presenciales y la interacción personal por dedicar más tiempo en línea; otros son más positivos afirman que el estar conectado estimula la construcción de comunidades (Shah et al., 2002). En este aspecto, Ellison (2007) declara que los sitios de redes sociales en línea apoyan tanto el mantenimiento de lazos sociales existentes como la formación de nuevas conexiones. Bakker y de Vreese (2011) incluso conceden la posibilidad de que puedan llenar el vacío que dejan los socializadores tradicionalmente fuertes, como la familia, la iglesia y la escuela.

Las formas de participación en línea crean un modo de participación nuevo y distinto, que se ajusta a la taxonomía general de participación política (Theocharis & van Deth, 2018). Cabe mencionar que aún existe un debate sobre si estas formas de participación, conocidas también como clicktivismo o slacktivismo, deberían considerarse actividades políticas, al implicar un reducido esfuerzo comparado con las formas tradicionales; incluso se dice que reducen el involucramiento en actividades fuera de línea (Boulianne & Theocharis,

2020), ya que generan un sentido de satisfacción personal, pero no un resultado político en la vida real (Valenzuela, 2013).

De acuerdo con Jan van Deth, una actividad puede ser considerada participación política si se siguen las siguientes reglas para alcanzar su definición minimalista: 1) participar es una actividad, abstenerse de votar es una inactividad y, por ende, no puede ser participación política; 2) voluntaria: la actividad debe ser opcional y no producto de la fuerza o amenaza, de forma que asuntos como pagar impuestos, a pesar de tener consecuencias políticas, deben estar excluidos de esta lista; 3) realizada por ciudadanos y no personas que se dediquen a la política; 4) ubicadas en la esfera gubernamental o política; o 5) estar dirigidas hacia tales esferas (Theocharis & van Deth, 2018; van Deth, 2014).

Una reserva abundante de capital social supone la producción de una sociedad civil densa, la cual se ve como condición necesaria para la democracia liberal moderna (Fukuyama, 2001). El capital social está estrechamente relacionado con la participación política pero no son sinónimos (Skoric et al., 2009). Es el reflejo de la relación recíproca entre compromiso cívico y confianza interpersonal que deriva en las instituciones y en participación (Brehm y Rahn, 1997), originada en acciones resultantes de la interacción entre individuos.

El capital social, de acuerdo a Putnam (1995), se refiere a las características de la vida social, a redes, normas y confianza, que permiten a los participantes actuar juntos de manera eficaz para perseguir objetivos compartidos; son recursos tales como información, contactos influyentes, protección, etc., los cuales se pueden movilizar por medio de amigos, allegados, incluso relaciones lejanas (Stanek, 2007). Lo central del capital social se refiere al valor de las redes y normas de reciprocidad, las cuales pueden tener externalidades públicas y privadas demostrables (Putnam, 2001), es inherente a la estructura de relaciones entre personas y permite el logro de ciertos fines que no se alcanzarían en su ausencia (Coleman, 1990).

La definición de capital social de Bordieu y Wacquant (1992) agrega que sus características pueden ser físicas o virtuales, al poseer una red duradera de relaciones de mutuo reconocimiento (Ellison et al, 2007). El capital social permite el esparcimiento de información política y es esencial para los movimientos sociales y, a su vez, estos crean capital social, fomentando nuevas identidades y extendiendo redes sociales (Putnam, 2001).

Los estudios de capital social con el uso de redes sociales, suelen utilizar las formas indicadas por Putnam, el *bonding* y el *bridging*. El capital social *bonding* describe los beneficios de las relaciones personales cercanas, que pueden incluir apoyo emocional, socorro físico u otros beneficios grandes (como la disposición a prestar una cantidad sustancial de dinero); el capital social *bridging* describe los beneficios derivados de las relaciones y los contactos casuales, también puede conducir a resultados tangibles, como la información novedosa de conexiones distantes y visiones del mundo más amplias (Ellison et al., 2011). El *bonding* se asocia a lazos densos en un grupo, en tanto que el *bridging* concentra la fuerza de los lazos débiles en una sociedad civil más amplia (Purdue, 2007).

De lo anterior se desprenden las hipótesis de la existencia de capital social en usuarios de Facebook, el cual puede ser en línea (*online*) en sus modalidades *bridging* (H1) y *bonding* (H2).

La participación política en línea puede surgir simplemente del uso de Facebook (H3), pero de existir capital social en línea (*bridging* y *bonding*), estaría influenciado también por él (H4 y H5 respectivamente).

METODOLOGÍA

La metodología utilizada en esta investigación es cuantitativa, lo cual buscó medir la incidencia entre las variables: intensidad de uso de Facebook, capital social en línea en sus dimensiones *bridging* y *bonding*, y participación política en línea.

Los datos fueron recolectados a finales del año 2019, mediante una encuesta aplicada en línea a la población de Culiacán, Sinaloa, México, que fue promocionada a través de Facebook. En 2018 se habían llevado a cabo elecciones presidenciales y municipales en el país, por lo que se decidió aplicar la encuesta un año después, para disminuir el riesgo de plasmar percepciones influenciadas por propaganda electoral.

Para la elaboración de la encuesta se diseñó un instrumento con opciones en escalas de Likert, que debía ser respondida por ciudadanos a partir de los 18 años, la mayoría de edad en México. Los datos obtenidos permitieron generar correlaciones y regresiones lineales para explicar el fenómeno.

El diseño del instrumento se basó en índices utilizados previamente por expertos en el fenómeno en estudio. Un índice utilizado por Ellison *et al.* en 2007 y retomado por distintos autores (Kizgin *et al.*, 2019, Kwon *et al.*, 2013, Lee *et al.*, 2014, Phua *et al.*, 2017, Shane-Simpson *et al.*, 2018, Steinfield *et al.*, 2008, Valenzuela *et al.*, 2009, Vanden Abeele *et al.*, 2018, You & Hon, 2019), sirvió de base para la primera categoría de la encuesta que mide el uso de Facebook.

Para la siguiente categoría que mide el capital social en línea, se apoyó en un índice utilizado también por Ellison *et al.* en 2007, basado en la escala de Williams (2006) y utilizado en posteriores investigaciones (Phua *et al.*, 2017, Shane-Simpson *et al.*, 2018, Vanden Abeele *et al.*, 2018, You & Hon, 2019). Finalmente, la categoría de participación política en línea se mide por la frecuencia de participación en actividades políticas también en línea, a partir de ítems utilizados por Gil de Zúñiga *et al.* (2012, 2014, 2017).

Para validar la congruencia de los datos obtenidos, se calculó el coeficiente α de Cronbach, por cada categoría, en donde las consistencias mayores fueron en la participación política en línea (*online*) (0.89) y el capital social *bridging online* (0.86). La intensidad de uso de Facebook fue el más bajo (0.74), sin embargo, sigue siendo un resultado aceptable (ver tabla 1).

Tabla 1. Análisis de fiabilidad por categoría del instrumento aplicado

Categoría	α de Cronbach
Intensidad de uso de Facebook	0.74
Capital social <i>bridging online</i>	0.86
Capital social <i>bonding online</i>	0.82
Participación política <i>online</i>	0.89

Fuente: elaboración propia (2020), con datos de encuesta.

El promedio de edad de los encuestados fue de 36 años, en total fueron 233 mujeres (59.9 %) y 156 hombres (40.1 %). El nivel de estudios se ubicó en gran parte en el grado de licenciatura con 236 (60.7 %) seguido por 75 de preparatoria (19.3 %) y 44 de maestría (11.3

%). En cuanto al uso que hacen de Facebook, 307 dijeron usarlo para enterarse de noticias (78.9 %), muy cercano a los 294, que dijeron usarlo para entretenimiento (75.6 %). Para el cumplimiento de las hipótesis propuestas es necesario encontrar relaciones entre las variables de estudio, las cuales no pudieron identificarse simplemente con los estadísticos descriptivos y por tanto se calcularon los rhos de Spearman entre las categorías.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para identificar la influencia de Facebook en el capital social en línea, se consideraron las categorías de intensidad de uso de Facebook y las dos dimensiones de capital social (*bridging online* y *bonding online*). La intensidad de uso de Facebook y el capital social *bonding* en línea fue significativa ($\rho=0.24$; $p<0.01$), sin embargo, en el *bridging* es más fuerte ($\rho=0.40$; $p<0.01$). Por tanto, si existe relación en el uso de la red social Facebook con el capital social en línea, esto confirma las hipótesis que involucra a las variables de capital social a partir de Facebook (H1 y H2). Además, existen relaciones significativas entre ambas modalidades de capital social en línea (*bridging* y *bonding*) ($\rho=0.47$; $p<0.01$) (ver tabla 2).

La relación entre el uso de Facebook con la participación política en línea, se buscó con la categoría de intensidad de uso de Facebook, directamente con la participación política en línea. Por su naturaleza digital, se esperaba relación aunque resultó moderada ($\rho=0.14$; $p<0.01$), pero confirma la hipótesis planteada (H3).

Las dimensiones en línea de capital social, en cambio, mostraron mejores relaciones con la participación política en línea, principalmente el *bridging* ($\rho=0.27$; $p<0.01$) y seguido muy de cerca por el *bonding* ($\rho=0.26$; $p<0.01$), esto confirma las hipótesis planteadas entre capital social y participación política (H4 y H5) (ver tabla 2).

Tabla 2. Matriz de correlaciones entre uso de Facebook, dimensiones de capital social y participación política en línea

Correlaciones con rho de Spearman (ρ)				
Variables dependientes	1	2	3	4
1 - Intensidad de uso de Facebook	-			
2 - Capital social <i>bridging online</i>	0.40**	-		
3 - Capital social <i>bonding online</i>	0.24**	0.47**	-	
4 - Participación política <i>online</i>	0.14**	0.27**	0.26**	-

Los datos numéricos corresponden a coeficientes de correlación rho de Spearman (ρ) obtenidos por correlaciones bilaterales. ** $p \leq 0.01$; * $p \leq 0.05$

Fuente: elaboración propia (2020) con datos de encuesta.

Después de la correlación se obtuvieron las regresiones lineales para confirmar la influencia unidireccional entre ellas, iniciando de igual forma con el uso de Facebook y el capital social.

La intensidad de uso de Facebook tuvo una asociación significativa con las dos dimensiones de capital social del estudio, por *bridging* ($\beta = 0.36$, $p < 0.01$) y *bonding* ($\beta = 0.29$, $p < 0.01$). Esto confirma nuevamente las hipótesis planteadas (H1 y H2) (ver tabla 3).

Tabla 3. Predicción de capital social en sus tres dimensiones a partir del uso de Facebook

Variable independiente	Variables dependientes Capital social	
	<i>Bridging Online</i>	<i>Bonding Online</i>
Intensidad de uso de Facebook	0.36**	0.29**
ΔR^2 (%)	15.4	5.9

Los datos contenidos en las celdas corresponden a los coeficientes Beta (β) obtenidos por regresión de mínimos cuadrados ordinarios.

** $p \leq 0.01$; * $p \leq 0.05$.

Fuente: elaboración propia (2020) con datos obtenidos de encuesta.

Se volvió a comprobar la hipótesis que proponía la influencia del uso de Facebook con la participación política en línea ($\beta = 0.09$, $p < 0.01$) (ver tabla 4). Por tanto, se puede afirmar que usar redes sociales como Facebook, propician este tipo de participación política (H3).

Tabla 4. Predicción de participación política en su forma tradicional y en línea a partir del uso de Facebook

Variable independiente	Variable dependiente
Intensidad de uso de Facebook	<i>Participación política online</i>
	0.09**
ΔR^2 (%)	2.0

Los datos contenidos en las celdas corresponden a los coeficientes Beta (β) obtenidos por regresión de mínimos cuadrados ordinarios.

** $p \leq 0.01$.

Fuente: elaboración propia (2020) con datos obtenidos de encuesta.

Respecto al planteamiento de la participación política en línea a partir del capital social en sus dos dimensiones, es soportada al encontrar influencia del capital social en línea *bridging* (H4) ($\beta = 0.17$, $p < 0.01$) y el *bonding* (H5) ($\beta = 0.13$, $p < 0.01$) (ver tabla 5).

Tabla 5. Predicción de participación política en línea a partir del capital social en Facebook

Variables independientes	Variable dependiente
	Participación política online
Capital social <i>bridging online</i>	0.17**
ΔR^2 (%)	7.1
Capital social <i>bonding online</i>	0.13**
ΔR^2 (%)	6.8
Total de R^2 (%)	13.9

Los datos contenidos en las celdas corresponden a los coeficientes Beta (β) obtenidos por regresión de mínimos cuadrados ordinarios.

** $p \leq 0.01$; * $p \leq 0.05$.

Fuente: elaboración propia (2020) con datos obtenidos de encuesta.

DISCUSIÓN

Los hallazgos de esta investigación coinciden con investigaciones previas al corroborar la existencia de capital social en línea, a partir del uso de Facebook, incluso al mostrar a la dimensión *bridging* como la mejor relacionada (Ellison *et al.*, 2007, Lee *et al.*, 2014), aunque difiere de la investigación de Kwon, D'Angelo y McLeod (2013), debido a que no encontraron relación con la dimensión *bonding*. También difiere de algunas otras, en donde el *bonding* presentó mayor relación que el *bridging* (Phua *et al.*, 2017, Shane-Simpson *et al.*, 2018).

Por otro lado, el uso de Facebook demostró tener influencia en la participación política en línea, que si bien estas actividades no son mecanismos formales, cumplen con su taxonomía (Theocharis & van Deth, 2018, van Deth, 2014).

En este mismo objetivo, la participación política se relacionó con el capital social (Skoric *et al.*, 2009), que normalmente se encuentra en sus ámbitos fuera de línea. Y no solamente se demostró su relación, sino que el capital social en línea predijo significativamente a la participación política en línea, demostrando su influencia.

Adicionalmente destaca que, a pesar de que comúnmente se asocia el uso de la redes sociales con los jóvenes (Strandberg & Carlson, 2017, Xenos & Moy, 2007), este estudio en su muestra refleja una participación significativa por grupos mayores, al tener un promedio de 36 años de edad, esto puede deberse a la temática política, que así como la participación electoral, suele ser más concurrida por personas mayores a 35 años (INE, 2017a).

CONCLUSIONES

Como ya se mencionó, Culiacán es una ciudad debajo del promedio nacional en participación política y las encuestas dieron prueba de ello, sin embargo, estas relaciones encontradas entre la participación política en línea con el capital social en línea posibilitan incrementar los promedios de participación de usuarios si algún lazo débil (amigo de Facebook no cercano), publica información de lo que acontece en el ámbito público y político.

A medida en que se socializa la información, que puede involucrar asuntos públicos entre los ciudadanos de Culiacán, ya sea por publicaciones compartidas o al participar en los llamados que surjan de Facebook, se tomarán las decisiones óptimas para su propio beneficio. La participación política en línea no es un mecanismo de participación formal, pero compartir un hecho en las redes sociales puede presionar a las instituciones políticas a tomar decisiones, que quizás de otra manera no se realizarían.

Es así que la participación política en línea, aun sin realizarse de forma física, cumple con ser un acto voluntario realizado por personas que no pertenecen al ámbito político, pero sí se ubican en él, y eso califica a dichas actividades como una forma válida de participación.

En otras palabras, las relaciones personales cercanas en línea, influyen para participar políticamente y esta influencia se incrementa con la existencia de relaciones casuales, mediante el uso de redes sociales como Facebook.

Estos hallazgos también se traducen en que la información publicada y compartida en Facebook, por familiares y amigos, pero sobre todo por las relaciones indirectas, influye en la motivación a participar políticamente en línea; incluso pudiera hacer propenso al individuo a repetir ese comportamiento de forma presencial.

La investigación cumple su objetivo al demostrar que la intensidad de uso de Facebook incide en la participación política en línea. En primera instancia, directamente por el uso de la plataforma y en segundo lugar, gracias a la existencia de capital social en línea.

Este incremento en la participación política, incluso siendo en línea, podría fungir como mecanismo de presión a las autoridades, para cumplir con las necesidades de la población. El impacto puede ser local o nacional por la variedad de público y temas, pero al reflejarse en actividades físicas podría beneficiar a la democracia local, al tener contacto directamente con ese nivel de instituciones, las cuales a su vez son las indicadas para tomar las decisiones, que permitan el desarrollo endógeno o simplemente contribuir a la creación de políticas públicas que se ajusten de forma adecuada a la localidad.

En este estudio se involucran actividades puramente en línea, ya que Facebook es una red social y los ítems de capital social están enfocados en comunidades digitales, además de las actividades políticas a través de la red. Esto abre oportunidades de investigación para otras redes sociales, a más de la diversificación de ciudades donde quizás la participación política sea más notoria.

A partir de esta investigación también podrán utilizarse otras variables, como la calidad de los medios informativos que conviven en estas redes sociales, el combate que realizan a las noticias falsas o el daño que estas hacen a la participación, o al mismo capital social.

REFERENCIAS

- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder Of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), 216–224. doi: 10.1080/01944366908977225
- Bakker, T. P. & de Vreese, C. H. (2011). Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation. *Communication Research*, 38(4), 451–470. doi: 10.1177/0093650210381738
- Boulianne, S. (2016). Online news, civic awareness, and engagement in civic and political life. *New Media & Society*, 18(9), 1840–1856. doi: 10.1177/1461444815616222
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. doi: 10.1177/0894439318814190
- Brehm, J., & Rahn, W. (1997). Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital. *American Journal of Political Science*, 41(3), 999. doi: 10.2307/2111684
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Massachusetts y Londres, Inglaterra: The Belknap Press of Harvard Press.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6), 873–892. doi: 10.1177/1461444810385389
- Facebook. (2018). *Protegiendo las elecciones mexicanas*. <https://tam.newsroom.fb.com/news/2018/06/protegiendo-las-elecciones-mexicanas/>
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7–20. doi: 10.1080/01436590020022547
- Fung, A. (2006). Varieties of Participation in Complex Governance. *Public Administration Review*, 66(s1), 66–75. doi: 10.1111/j.1540-6210.2006.00667.x
- Gil de Zúñiga, H., Barnidge, M. & Scherman, A. (2017). Social Media Social Capital, Offline Social Capital, and Citizenship: Exploring Asymmetrical Social Capital Effects. *Political Communication*, 34(1), 44–68. doi: 10.1080/10584609.2016.1227000
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N. & 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. doi: 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. doi: 10.1111/jcom.12103
- INE. (2017a). *Estudio comparativo sobre la Participación Ciudadana en las Elecciones Federales de 2009, 2012 y 2015*.
- INE. (2017b). *Porcentaje de participación en elecciones de 1991 a 2015*. <http://siceef.ine.mx/campc.html>
- INE. (2018). *Cómputos MX 2018 Elecciones Federales*. <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/nacional/1/1/1/1>
- Inegi. (2019). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2018*. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2018/default.html>
- Irvin, R. A. & Stansbury, J. (2004). Citizen Participation in Decision Making: Is It Worth the Effort? *Public Administration Review*, 64(1), 55–65. doi: 10.1111/j.1540-6210.2004.00346.x
- ITU. (2018). *Key ICT indicators for developed and developing countries and the world*. https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2018/ITU_Key_2005-2018 ICT_data_with LDCs_rev27Nov2018.xls
- Kizgin, H., Jamal, A., Rana, N., Dwivedi, Y. & Weerakkody, V. (2019). The impact of social networking sites on socialization and political engagement: Role of acculturation. *Technological Forecasting and Social Change*, 145(September), 503–512. doi: 10.1016/j.techfore.2018.09.010
- Kneuer, M. & Harnisch, S. (2016). Diffusion of e-government and e-participation in Democracies and Autocracies. *Global Policy*, 7(4), 548–556. doi: 10.1111/1758-5899.12372
- Kümpel, A. S., Karnowski, V. & Keyling, T. (2015). News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*, 1(2), 205630511561014. doi: 10.1177/2056305115610141
- Kwon, M. W., D'Angelo, J. & McLeod, D. M. (2013). Facebook Use and Social Capital. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 33(1–2), 35–43. doi: 10.1177/0270467613496767
- Lee, E., Kim, Y. J. & Ahn, J. (2014). How do people use Facebook features to manage social capital? *Computers in Human Behavior*, 36, 440–445. doi: 10.1016/j.chb.2014.04.007
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., Bowen, D. & Jimenez, B. (2012). Unraveling Different Barriers to Internet Use. *Urban Affairs Review*, 48(6), 771–810. doi: 10.1177/1078087412453713
- Newman, J., Barnes, M., Sullivan, H. & Knops, A. (2004). Public Participation and Collaborative Governance. *Journal of Social Policy*, 33(2), 203–223. doi: 10.1017/S0047279403007499
- Phua, J., Jin, S. V. & Kim, J. (Jay). (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115–122. doi: 10.1016/j.chb.2017.02.041
- Purdue, D. (2007). Civil society, governance, social movements and social capital. In D. Purdue (Ed.), *Civil Societies and Social Movements* (1.º ed.), pp. 220–227. Routledge.
- Putnam, R. (1995). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. *PS: Political Science and Politics*, Vol. 28, No. 4, 664–683.
- Putnam, R. (2001a). *Social Capital: Measurement and Consequences*. Kennedy School of Government, Harvard University.
- Putnam, R. D. (2001b). *Bowling alone: The collapse and revival of American community* (1.º ed.). Simon & Schuster Paperbacks.
- Sen, A. K. (1999). Democracy as a Universal Value. *Journal of Democracy*, 10(3), 3–17. doi: 0.1353/jod.1999.0055
- Shah, D. V., Schmierbach, M., Hawkins, J., Espino, R. & Donovan, J. (2002). Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement: Questioning Whether Time Spent Online Erodes Social Capital. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(4), 964–987. doi: 10.1177/107769900207900412
- Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N. & Gillespie-Lynch, K. (2018). Between Privacy and Self-Expression, and Implications for Social Capital. *Computer in Human Behavior*, 86, pp. 276–288. <https://cloudfront.escholarship.org/dist/prd/content/qt9sq7z6gz/qt9sq7z6gz.pdf>

- Skoric, M. M., Ying, D. & Ng, Y. (2009). Bowling online, not alone: Online social capital and political participation in Singapore. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 414–433. doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01447.x
- Stanek, O. (2007). Capital social y redes sociales: introducción a una reflexión crítica. *Newsletter*. Publicación electrónica de la Facultad de Ciencias Sociales Unicen.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B. & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434–445. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.002
- Strandberg, K. & Carlson, T. (2017). Expanding the Online Political Demos but Maintaining the Status Quo? Internet and Social Media Use by Finnish Voters Prior to Elections, 2003-15. *Scandinavian Political Studies*, 40(1), 82–106. doi: 10.1111/1467-9477.12082
- Theocharis, Y. & van Deth, J. W. (2018). The continuous expansion of citizen participation: a new taxonomy. *European Political Science Review*, 10(01), 139–163. doi: 10.1017/S1755773916000230
- Tolbert, C. J. & McNeal, R. S. (2003). Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation? *Political Research Quarterly*, 56(2), 175. doi: 10.2307/3219896
- Tuckman, J. (2013). *México, democracia interrumpida* (1.º ed.) Random House Mondadori (ed.). Yale University Press.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the Use of Social Media for Protest Behavior: The Roles of Information, Opinion Expression, and Activism. *American Behavioral Scientist*. doi: 10.1177/0002764213479375
- Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K. F. (2009). Is There social capital in a social network site?: Facebook use and college student's life satisfaction, trust, and participation1. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875–901. doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x
- Valenzuela, S., Somma, N. M., Scherman, A. & Arriagada, A. (2016). Social media in Latin America: deepening or bridging gaps in protest participation? *Online Information Review*, 40(5), 695–711. doi: 10.1108/OIR-11-2015-0347
- van Deth, J. W. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3), 349–367. doi: 10.1057/ap.2014.6
- Vanden Abeele, M. M. P., Antheunis, M. L., Pollmann, M. M. H., Schouten, A. P., Liebrecht, C. C., van der Wijst, P. J., van Amelsvoort, M. A. A., Bartels, J., Kraemer, E. J. & Maes, F. A. (2018). Does Facebook Use Predict College Students' Social Capital? A Replication of Ellison, Steinfield, and Lampe's (2007) Study Using the Original and More Recent Measures of Facebook Use and Social Capital. *Communication Studies*, 69(3), 272–282. doi: 10.1080/10510974.2018.1464937
- Velasquez, A. & Rojas, H. (2017). Political Expression on Social Media: The Role of Communication Competence and Expected Outcomes. *Social Media + Society*, 3(1), 205630511769652. doi: 10.1177/2056305117696521
- Verba, S., Schlozman, K. L. & Brady, H. E. (2000). Rational action and political activity. *Journal of Theoretical Politics*, 12(3), 243–268. doi: 10.1177/0951692800012003001
- Xenos, M. A. & Moy, P. (2007). Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement. *Journal of Communication*, 57(4), 704–718. doi: 10.1111/j.1460-2466.2007.00364.x
- You, L. & Hon, L. (2019). How social ties contribute to collective actions on social media: A social capital approach. *Public Relations Review*, May, 101771. doi: 10.1016/j.pubrev.2019.04.005