

Hibridaciones en las campañas políticas, de la arena tradicional a la esfera digital: análisis del proceso electoral para la gubernatura de Michoacán 2021

Mtro. Andrés Vidal Rivera

Introducción.

Las campañas político electorales se enmarcan principalmente en dos vías, la manifestación de la democracia y la aparición de la ciudadanía, por medio de la participación ciudadana, en México, al menos, hay elecciones cada tres años, la denominadas elecciones federales en donde se elige al presidente de la república, algunas gobernaturas y senadurías y las elecciones intermedias, las cuales sirven para analizar el rumbo del país al respecto de la preferencia electoral y donde se juegan el resto de las gobernaturas, presidencias municipales, diputaciones entre otros, en este sentido podemos identificar como los espacios de información se vuelcan para el análisis y la difusión de las propuestas de X o Y candidato o partido político, estos a su vez buscan la construcción e identificación de sus propuestas con un ciudadano cada vez mas informado, que busca formas de dialogar y cuestionar a estos candidatos políticos.

Por lo anterior este trabajo busca presentar un estado de la cuestión que permita explicar los elementos que componen a estos candidatos y sujetos políticos inmersos ya en espacios digitales donde constantemente interactúan, en otro aspecto de interés se busca encontrar los diálogos en las arenas digitales, espacios que han servido para la manifestación de los candidatos, mismas que generan constantes controversias y pueden servir para impulsar o detener las preferencias políticas y manifestar la participación ciudadana, en la cual se presentan emociones, sentimientos, pasiones entre muchas cosas más.

Palabras clave: Democracia, ciudadanía, participación ciudadana, elecciones, arena física y arena digital.

Entre candidatos y sujetos políticos.

El Sujeto Político como lo describe Bourdieu, P. (2002) tiene una correspondencia entre el espacio público y el espacio privado, donde interactúa, se relaciona, se informa y toma decisiones a partir de un conjunto de estímulos: conveniencias e incluso deudas sociales, (Adler, Lomnitz, 1994) las cuales se verán reflejados en su participación política, mostrada en el voto activo, la anulación de voto o el no voto, todos estos elementos muestran la participación de un sujeto en un proceso político electoral, el cual además está mediado por toda la información relativa al fenómeno, la cual se produce principalmente en la Mass Media.

Podemos identificar entonces a este sujeto político en sus diferentes formas, proponiendo así una taxonomía que pueda enunciarlo:

1. Personaje político entendido desde Debord, G. (1999) como aquel construido por una fuente específica (Mass Media) y que responde a intereses particulares.
2. El sujeto político: visto desde Castoriadis, C. (2004) como aquel que tiene la noción de su existencia y la agencia de cambio o modificación de esta y espera la llegada de elementos o posibilidades que permitan su participación o aparición en la agenda pública. De la misma forma que Hinkelammert, Franz J. (2006) plantea el retorno del sujeto reprimido o la posibilidad del retornar, siendo esta dada por procesos coyunturales como son las elecciones o cambio de régimen o bien algún movimiento social que permita su aparición. Por último, se puede resaltar la definición propuesta por Salazar, Robinson. (2013) que enuncia la aparición o convergencia del nuevo sujeto político, misma que se da a partir de la suma de inconformidades y la necesidad de manifestación de estas, este nuevo sujeto político surge de una larga historia de derrotas, olvidos y represión constante, por ende, la vinculación entre este nuevo sujeto político y los procesos culturales-político-sociales es de especial interés en esta investigación.
3. Sujeto mediatizado: si bien hoy se propone y comprende a un sujeto mediatizado, es decir con constante influencia por su interacción en las redes digitales y esto a su vez posibilita la presencia de un sujeto digitalizado con acceso a libre a información, así

como la posibilidad de interactuar y manifestarse constantemente a partir de estas plataformas, como lo menciona Vizer, E. (2011). En la primera década del siglo XXI el celular y el desarrollo de aplicaciones entre redes y dispositivos de infocomunicación, reinstala al individuo como un agente activo de convergencia entre múltiples sistemas de comunicación. De igual forma siguiendo la propuesta de Aguirre, F. (2013). El proceso de digitalización en las redes cibernéticas da pauta para la manifestación de sujetos y la apertura a democracias participativas, donde la manifestación de la Sociedad Civil tiene mayor convergencia y espontaneidad.

Si bien el propósito de esta investigación no es el denotar las características de los sujetos políticos, es necesario identificar como se muestran estos, como se presentan y participan en la esfera pública, siendo hoy los medios de comunicación tradicional y cibernéticos los mediadores de estas manifestaciones, pues justo es en las redes digitales donde el sujeto puede ser viralizado, es decir una: intención, acción o participación puede transmitirse en cuestión de segundos y llegar a una audiencia masiva, Aguirre, F. 2013. Teniendo entonces a un sujeto digital en participación política inmerso en las Mass Medias.

A partir de lo anterior es posible identificar una relación entre el sujeto y los medios de comunicación digitales, los cuales cambian la forma en que entendemos la comunicación tradicional desde la producción del mensaje hasta la intencionalidad de este, concuerdo con Aguirre, F. (2013) en que no es lo mismo el mensaje que el espacio donde se transmite o se comparte este, sin embargo, considero necesario la identificación del sujeto en los medios digitales, al menos en dos dimensiones fundamentales. La identificación en el espacio digital y la Identidad que se puede generar en estos espacios, correspondiendo a las propuestas Hall, Stuart. (1996) quien realiza una distinción entre términos para definir:

- Identificación: como elemento de relación entre los intereses de un sujeto y un espacio, es decir el sujeto puede sentirse identificado con el mensaje de manera positiva o negativa y puede a su vez corresponder con algún tipo de interacción, más no por eso tener elementos del espacio que construyan su identidad personal.

- Identidad: al respecto de la identidad el Autor menciona que esta es el cumulo de experiencias psico-sociales y solo se puede dar a partir de estas, generando un proceso de identidad cultural, la cual el sujeto suele manifestar en la producción de mensajes y la relación con el otro.

En este sentido se plantea buscar la construcción de la identidad cultural dada a partir de procesos o cercanía con modelos digitales, de igual manera señalar los elementos o medios donde los sujetos se identifican en estas plataformas digitales, presuponiendo que la identificación digital es aquella que los mantiene enganchados en la misma, es decir el fenómeno del estar conectados tiene relación en la identificación que los sujetos encuentren en el medio, mientras que la identidad la buscamos, no en el tiempo de conexión, sino por el contrario, en la producción y relación que tenga el sujeto con el espacio digital teniendo en cuenta el conjunto de experiencias que en ella genera.

Dentro de los espacios digitales podemos identificar procesos de democratización política o ciudadana en la cual confluyen un sin fin de actividades y fenómenos, uno de ellos es la elección de candidatos para ocupar cargos públicos ya sean locales o federales. Si bien la democracia liberal tendría como principio garantizar la gobernabilidad por medio de los partidos políticos e instancias regulatorias, las cuales median las demandas sociales, económicas y políticas generadas a partir de las consultas públicas y expresadas en las diferentes cámaras de gobierno para su discusión y resolución (Vázquez. 2010).

Por consiguiente se analiza la propuesta de Aguirre, F. (2013) en las plataformas digitales se muestran y manifiestan constantemente personajes políticos, los cuales se construyen y representan en estas plataformas, utilizadas entonces como catapultas de difusión que en rara ocasión son verificadas, es por ende que podemos utilizar el concepto de Chivo Expiatorio propuesto por Zaffaroni, E. (2010) relativo a la carga que puede adjudicarse a un sujeto determinado para hacerlo responsables de ciertos eventos o sucesos sociales, en este sentido podemos identificar la construcción de personajes políticos mediados no solo por sus intereses particulares o sus aspiraciones políticas, sino además, por todo una serie de cargas y construcciones desde los medios digitales, siendo estos fuentes de consulta principal.

Zaffaroni, E. (2010) también utiliza el concepto de Violencia difusa el cual menciona no es perceptible a simple vista ya que se encuentra inmerso en mensajes, imágenes, signos y símbolos, que son de contexto común, pero se les da una connotación particular, caso específico analizado en la Mass Media donde la producción de contenido es basta, en cada minuto, hora y día, se produce información suficiente para generar lo que el mismo autor define como mundo paranoico dentro del cual se establece como elemento particular la confusión en la producción de mensajes utilizados, generando que el sujeto receptor de la información no pueda discernir entre lo real de la Maas Media y de la realidad.

Se presentan entonces nuevos escenarios o arenas políticas Agranoff, R y McGuire, M. (1998) en los espacios digitales o cibernéticos en los cuales el performance de acuerdo con Arteaga, N, & Arzuaga, J. (2014) se dan en un punto de efervescencia social, la cual dota al sujeto de cierto protagonismo en la interacción con los medios y las plataformas, en las cuales encuentra mensajes, imágenes, signos y símbolos, donde se presenta una respuesta, las contiendas políticas tradicionales, como son los mítines, asambleas, conferencia, que se daban en auditorios o salas, ahora son expuestos en videos cortos, slogans o frases e imágenes relativas al momento y expuestos en plataformas como Facebook, Twitter, YouTube, o tik tok.

Se toma entonces la propuesta de Sabido, O. (2020) quien genera una discusión al respecto de la relación entre las corporalidades y lo denominado pensamiento relacional, en donde se expone a partir del el pensamiento de una serie de sociólogos, como el cuerpo tiene esta relación con los objetos, es decir como se relaciona no la mente y el cuerpos en sentido cognitivo, si no por el contrario como se manifiesta desde las corporalidades una conjunción de sentimientos-emociones-pensamientos todo los elementos relacionados con el cuerpo, en este sentido la experiencia encontrada en la interacción en las redes sociales también presupone una manifestación de las reacciones biodigitales.

Es en estos medios cibernéticos se abre la discusión al respecto del Pluralismo o el Multiculturalismo que se puede encontrar expuesto en ellos, conceptos que Sartori, G. (2001) define dentro del espacio social y menciona de ellos; que el multiculturalismo o sociedad abierta es aquella que trata de integrar a todos, mas no respeta las diferencias eliminando entonces las barreras culturales con las que se identifican los sujetos. Por otra parte el

pluralismo que propone Sartori es un fenómeno que reconoce las diferencias de los sujetos y los integra en una sociedad plural y diferenciada, tomado en cuenta que el espacio cibernético es extremadamente amplio y complicado, por lo que se busca la manera de diferenciarlos, por ende se propone la utilización de Límites y Fronteras que Sartori, G. (2001) ocupa para diferenciar ambos procesos y que en este contexto puede ser de ayuda para encontrar los límites, aquello que se puede plasmar, compartir o exhibir en comparación de lo que no y las fronteras vistas desde lo digital como aquellas que conectan espacios o plataformas digitales.

El sujeto político visto de esta manera como sujeto digital tiene un proceso de participación como ya se mencionó anteriormente con Aguirre, F. 2013. Sin embargo, cabe mencionar que este sujeto político digital, tiene un elemento de agencia de acuerdo con Caballero, R. (2016) con el cual puede manifestarse, en apariencia y ser contestatario o aceptar y rechazar propuestas que convengan a su contexto o situación social, no obstante, al pasar por ciertos procesos de vigilancia estas interacciones son controladas o eliminadas según las propuestas de Cunjamá, L. Emilio, D. Loría C & Humberto, I. (2010). Las cuales toman en cuenta los nuevos sistemas de control y vigilancia tecnológica, por lo cual es importante establecer hasta qué punto es sujeto puede ejercer su agencia o participación política y cuando es censurado por los espacios digitales.

Como resultado de aparición del sujeto político en las arenas físico-digitales, surge la opinión pública de la cuál, tenemos que realizar un recorrido general para comprender su desarrollo, como elemento primordial al hablar de ciudadanía y democracia. Si bien la opinión pública se presenta como un concepto multidisciplinar, de acuerdo con Monzón (1996), quien brinda una taxonomía del concepto explicada desde diferentes latitudes disciplinarias, entre las que destacan la psicológica, la cultural, racional, publicista, elitista, institucional y desde la teoría de la tematización.

Se puede identificar desde la perspectiva psicológica el punto de interacción entre los sujetos la cual brinda la posibilidad de compartir sus opiniones y puntos de vista al respecto de un fenómeno general, así como la forma en que perciben los sucesos de la vida pública.

En el aspecto cultural el autor se centra en el comportamiento grupal y colectivo relativo a costumbres y tradiciones, las cuales dan forma y sentido a la organización social; de igual manera que se hace presente las creencias y su formación como comunidad.

En el ámbito racional, la opinión pública surge como elemento “Ilustrado-Racional” en el que se discuten elementos pertinentes del espacio público y de los intereses de los ciudadanos; en este sentido la opinión pública genera debates y premisas colectivas.

En lo publicitario, la opinión pública como su mismo nombre lo establece, al ser de carácter público se muestra en un panorama abierto, es decir, se da como un pensamiento publicado al cual todos pueden acceder y argumentar a favor o en contra de éste.

En cuanto al sistema elitista la opinión pública se divide en dos categorías; la opinión pública de masas y la de élites, y establece que no son consideradas o tomadas en cuenta de la misma manera ya que una es la opinión ilustrada de las minorías o grupos de poder y la otra es la opinión superficial o manipulada de las masas.

La opinión pública institucional es aquella que se fundamenta a partir de escenarios institucionales y que permite entre otras cosas generar un adecuado proceso democrático en donde las diferentes posturas puedan manifestarse.

Por último, el sistema de la tematización propuesta por Niklas Luhmann y retomado por Monzón (1996), se basa en la teoría de los medios de comunicación y cómo estos determinan el contenido que se presentará en las pantallas, el cual posteriormente servirá como dispositivo de opinión pública.

Si bien Rivadeneyra (2000) concuerda con varios de estos puntos, su análisis corresponde principalmente al efecto de la Mass Media en los sujetos, grupos y colectivos. Señala, además, que la opinión pública es un concepto multivariable, lo cual por su característica principal genera la imposibilidad de brindar una sola explicación ya que ésta cambia como cambian los sujetos y fenómenos políticos y sociales. Propone el análisis de la opinión pública desde la conversación de persona a persona, pero identifica otros niveles como la comunicación escrita, periódicos, la televisiva y la digital.

Para Ortega y Gasset (1993) la opinión pública tiene la capacidad de movilización. Esto en medio del estudio de las masas, se da una exacerbación en la que el sujeto pierde la categoría individual y adopta elementos del colectivo. El autor al describir el poder de las masas también dota de poder a la opinión pública, ya que es una idea o pensamiento general de la

masa y que es impuesto hacia la mayoría de los órganos institucionales, por ende la importancia del estudio del colectivo y los comportamientos en masa.

Entre la posibilidad de la manifestación de la opinión pública y su censura, Sartori (1989) menciona y advierte sobre el efecto de la poca participación política y opinión pública registrada en el bajo o nulo conocimiento del votante al respecto del proceso y de los candidatos políticos que lo conforman: el censurar la opinión pública genera democracias vacías.

Por tal consecuencia Habermas (1997) plantea que la opinión pública pone limitantes al poder y lo regula a partir de ejes normativos de participación ciudadana, es decir al encontrarse con interacción constante los individuos pueden manifestar sus descontentos, solicitudes, necesidades, entre otras. Es así como la opinión pública se presenta como un elemento de resistencia contra el poder político.

Hasta este punto podemos identificar cómo la Opinión Pública es una categoría sumamente discutida, que brinda una lógica en cuanto a la participación política se refiere. Esto genera una serie de discusiones teórico-metodológicas respecto a cómo registrar adecuadamente la opinión pública, ya que en muchos sistemas o investigaciones realizan su estudio desde paradigmas cuantitativos a partir de encuestas, censos y cuestionarios como lo menciona P. Bourdieu (1973) dejando de lado el estudio de las conversaciones, chismes, rumores y habladurías, elementos que guardan en sí gran parte de esta.

En otro aspecto relativo a la Opinión Pública podemos identificar como ésta se vuelve cada vez más sujeta al registro de sistemas digitales en plataformas como Twitter, donde los sujetos aparentemente manifiestan sus opiniones, disgustos y controversias. Sin embargo, en muchas ocasiones estas opiniones son censuradas o eliminadas por miedo o ataques políticos y esta simulación de opinión pública digital deja muchos elementos del dominio público y estudio de lo cultural, por lo que es necesario la recuperación del pensamiento y las redes sociales tradicionales.

En otro aspecto en el estudio de ciudadanía, Vázquez. (2010) propone que ésta se da a partir de los vínculos entre los individuos que conforman la sociedad y se establecen para generar condiciones que permitan el libre actuar y manifestación de los pensamientos. En este sentido

el autor propone que uno de los principios de la ciudadanía es el generar la posibilidad de expresión de una opinión pública, así como una participación en los diferentes procesos de democracia; el ser ciudadano es entonces sinónimo de participación o cooperación colectiva.

Bálibar, Étiene. (2013) hace referencia a un tipo particular de ciudadanía, la cual tiene más o menos derechos a participar. Este proceso de ciudadanía de la exclusión hace referencia de quien sí y quien no puede participar, por ejemplo, las comunidades indígenas que no son tomadas en cuenta en la toma de decisiones o la representación política. Otro sector desplazado pueden ser los jóvenes quienes son ignorados por la falta de experiencia o sus vínculos sociales, y quienes a su vez buscan en la no participación política una forma de expresar el descontento por la exclusión.

Del mismo modo que se puede hablar de una ciudadanía de la exclusión o una ciudadanía excluida del funcionamiento social, Bálibar. (2013) menciona las consecuencias que la falta de ciudadanía puede tener en el proceso de democracia, en la cual la participación de los sujetos es fundamental para garantizar las posibilidades de mantener un proceso de participación; esta democracia de la exclusión puede darse por ciertos conflictos o manifestaciones de violencia en los procesos democráticos.

Por lo tanto, el punto de interés de esta investigación se centra en el análisis de los sujetos políticos, en sus diferentes manifestaciones o representaciones, en el espectro físico y dentro de los medios cibernéticos, buscando entonces las interacciones Culturales-políticas-sociales que se manifiesten en ellas y desemboquen en un ejercicio activo en los procesos electorales.

Método de estudio.

Se realiza un análisis descriptivo, de corte longitudinal del 04 de abril al 05 de junio del 2021 tomando en cuenta los perfiles de las plataformas en redes socio-digitales como Facebook, Twitter y Tik Tok, para establecer el impacto y dominio que tienen en las redes.

Tomando en cuenta la presencia de los candidatos a la gobernatura de Michoacán en las redes sociales, así como en eventos públicos (mítines, conferencias, presentaciones) es importante establecer ¿si existe una relación entre el impacto en redes o este no determina una victoria?

Pregunta de Investigación:

¿Cómo se manifiestan las Ciudadanías en los espacios digitales?

Hipótesis:

En el proceso electoral 2021, para la gobernatura de Michoacán, sus 12 distritos y las diputaciones, se presenta el panorama de un sujeto político en constante interacción el cual busca informarse de las diferentes posturas y propuestas políticas. Por su parte los candidatos políticos se muestran en gran parte por medio de redes socio-digitales a las cuales un gran porcentaje de la población no tiene acceso, por factores como edad, educación o conectividad, por lo que se presenta una campaña de exclusión a la ciudadanía. Teniendo como consecuencia una mayor interacción física en relación con la digital, un pobre registro de la opinión pública en redes socio-digitales y una continuidad de apertura a la compartición y expresión de ideas entre grupos y colectivos.

Objetivos General.

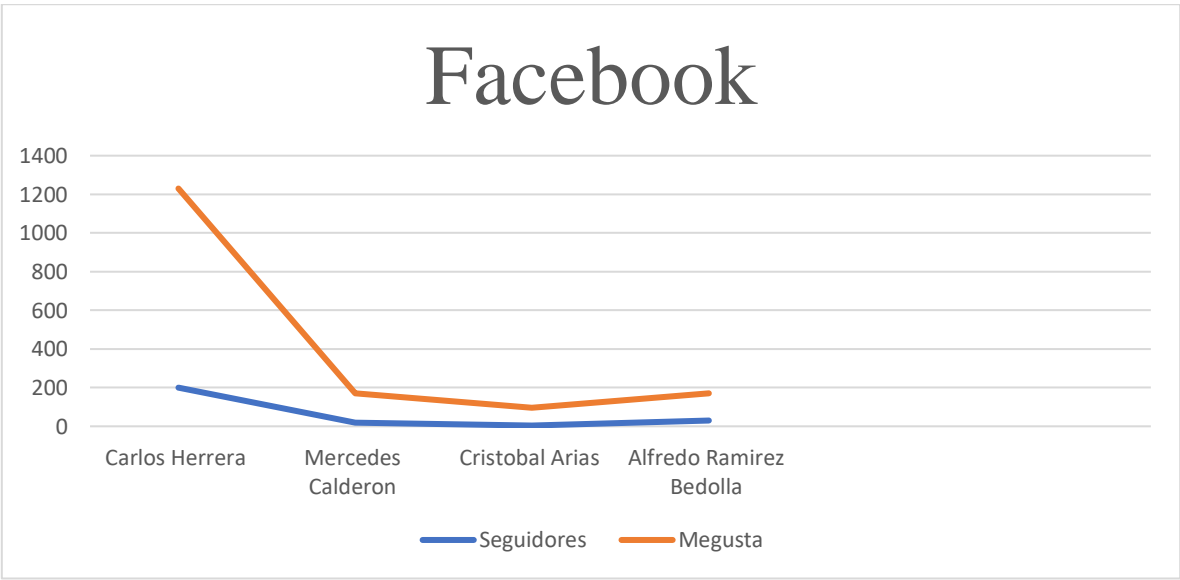
- Conocer cómo se presentan los candidatos políticos en el espacio físico y en las redes socio-digitales en el proceso electoral de Michoacán de Ocampo
- Identificar las redes sociales tradicionales y las redes socio-digitales y su relación con la contienda política en el proceso electoral de Michoacán de Ocampo

Objetivos particulares:

- Identificar cuáles son las principales redes sociales y redes socio-digitales en las que se muestran los candidatos políticos.
- Describir el proceso Democrático Electoral 2021 en el estado de Michoacán de Ocampo.
- Señalar por medio de que red social se muestra la opinión pública y la participación ciudadana
- Clasificar el perfil de los usuarios de las redes socio-digitales: por edad, género, status socioeconómico, localidad.

Cuadro 1. Seguidores en Facebook de los candidatos a la gubernatura de Michoacán. Mayo 2021.

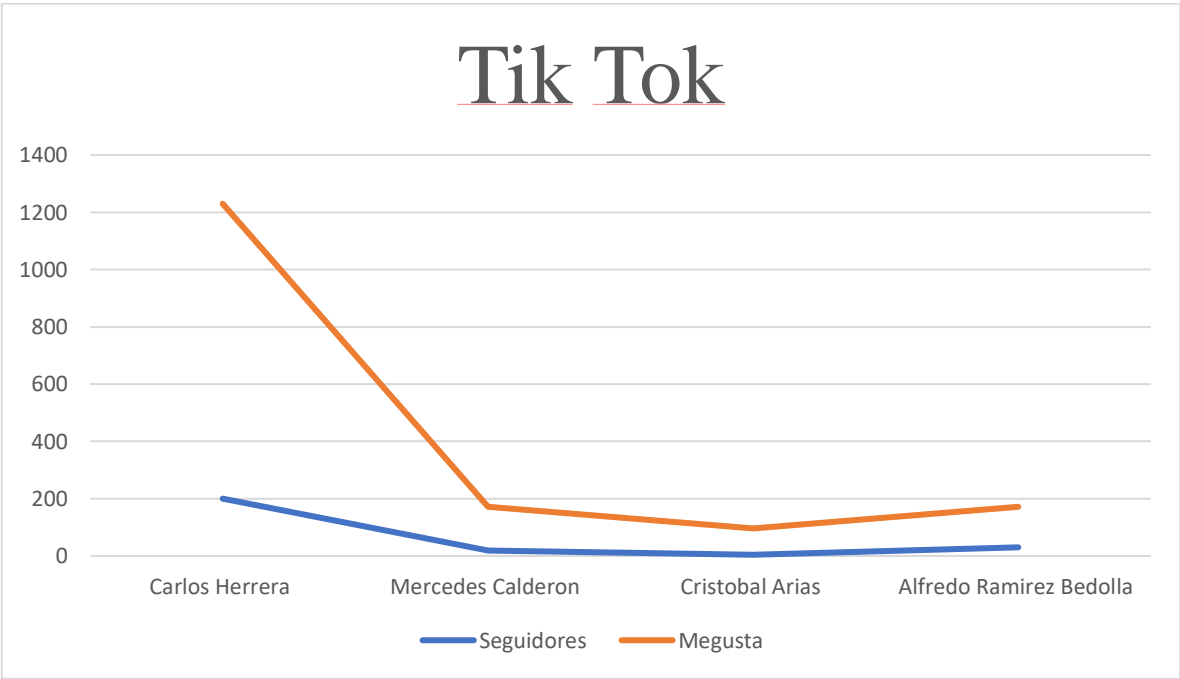
	Seguidores	Megusta
Carlos Herrera	160785	136243
Mercedes Calderon	19404	19215
Cristobal Arias	105000	100000
Alfredo Ramirez Bedolla	28073	26841
Hipolito Mora	10984	6783
Juan Antonio Magaña	30559	29954



Grafica 1. Seguidores en Facebook de los candidatos a la gubernatura de Michoacán. Mayo 2021

Cuadro 2. Seguidores en Tik Tok de los candidatos a la gubernatura de Michoacán. Mayo 2021

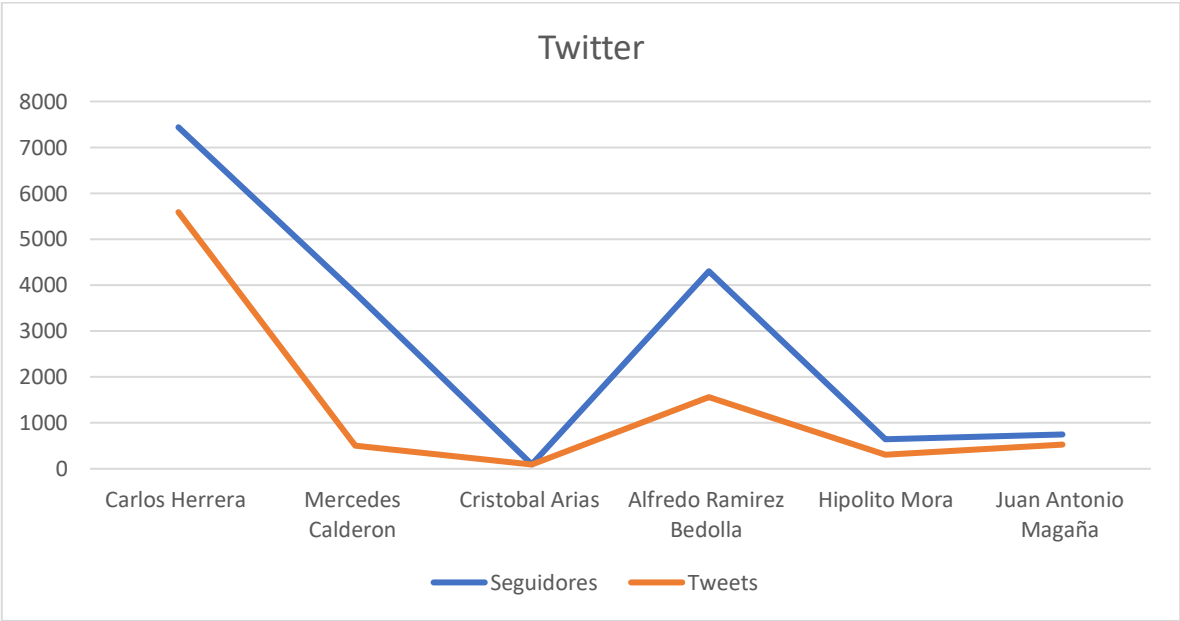
	Seguidores	Megusta
Carlos Herrera	200	1230
Mercedes Calderon	18	171
Cristobal Arias	4	96
Alfredo Ramirez Bedolla	30	172



Grafica 2. Seguidores en Tik Tok de los candidatos a la gubernatura de Michoacán. Mayo 2021

Cuadro 3. Seguidores en Twitter de los candidatos a la gubernatura de Michoacán. Mayo 2021.

	Seguidores	Tweets
Carlos Herrera	7438	5589
Mercedes Calderon	3823	498
Cristobal Arias	96	93
Alfredo Ramirez Bedolla	4302	1555
Hipolito Mora	647	311
Juan Antonio Magaña	749	525



Cuadro 3. Seguidores en Twitter de los candidatos a la gubernatura de Michoacán. Mayo 2021.

Conclusión.

Como se puede observar en las gráficas, existe una presencia en redes sociales de los candidatos a la gobernatura de Michoacán, es evidente la diferencia entre plataformas siendo Facebook la mas popular y Tik Tok la menos solicitadas por los candidatos, sin embargo, dichas diferencias se puede dar principalmente al nuevo impacto de la red Tik Tok, que tiene presencia principalmente en jóvenes, por sus características de diseño y algoritmo, por ultimo Twitter vista esta como un espacio de discusión politica y presentación de discursos, tiene aun vigencia entre los candidatos y usuarios.

Respecto a la hipótesis de trabajo para esta investigación:

En el proceso electoral 2021, para la gobernatura de Michoacán, sus 12 distritos y las diputaciones, se presenta el panorama de un sujeto politico en constante interacción el cual busca informarse de las diferentes posturas y propuestas políticas. Por su parte los candidatos políticos se muestran en gran parte por medio de redes socio-digitales a las cuales un gran porcentaje de la población no tiene acceso, por factores como edad, educación o conectividad, por lo que se presenta una campaña de exclusión a la ciudadanía. Teniendo como consecuencia una mayor interacción física en relación con la digital, un pobre registro de la opinión pública en redes socio-digitales y una continuidad de apertura a la compartición y expresión de ideas entre grupos y colectivos.

Podemos determinar que si bien existe una presencia en las plataformas socio-digitales durante las campañas políticas, esta aun se encuentra en construcción, se comienzan a ver en México casos particulares como el de las elecciones de Nuevo león, sin embargo, podemos aun establecer un punto hibrido entre lo digital y lo físico ya que sin el espectro físico o las campañas a ras de piso, los políticos pierden visibilidad en sus votantes.

Referencias:

- ADLER LOMNITZ, Larissa (1994): Redes sociales, cultura y poder. Ensayos en antropología latinoamericana, Miguel Ángel Porrúa/FLACSO, México.
- Aguirre, F. 2013. Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales. Culturales, Época II. México
- Agranoff, Robert y Michael McGuire. 1998. "Multinetwork Management: Collaboration and the Hollow State in Local Economic Policy". En *Journal of Public Administration Research and Theory* 8: 67-91.
- Arteaga, N, & Arzuaga, J. (2014). Derivas de un performance político: emergencia y fuerza de los movimientos 131 y YoSoy132. *Revista mexicana de sociología*, 76(1), 115-144. Recuperado en 09 de diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032014000100005&lng=es&tlng=es.
- Bálibar, Étiene. (2013). Ciudadanía. Adriana Hidalgo, Editorial.
- BOURDIEU, P. (2002), "El Sentido Práctico". Editorial Taurus. Madrid.
- Caballero, R. (2016). Ciberpolítica: Las nuevas formas de acción y comunicación políticas. *Comunicación y sociedad*, (25), 291-296. Recuperado en 09 de diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000100012&lng=es&tlng=es.
- Castoriadis, C. 2020. SUJETO Y VERDAD EN EL MUNDO HISTÓRICO-SOCIAL. Fondo de Cultura Económica. Argentina.
- Cunjamá, L. Emilio, D. Loría C & Humberto, I. (2010). Sociedad de la vigilancia y Estado policial: Análisis de las tecnologías y aparatos de control. *El Cotidiano*, (161), 5-11. [Fecha de Consulta Diciembre de 2020]. ISSN: 0186-1840. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=325/32513865002>
- C, Monzón (1996) Opinión pública, comunicación y política. Madrid, Tecnos, pp. 326-332
- Debord, G. (1999) La sociedad del espectáculo. Ed. Pre-textos.
- HABERMAS, Jürgen, Historia y crítica de la opinión pública, Gustavo Gili, México, 1997.
- Hall, Stuart. (1996) Introducción: ¿quién necesita identidad?, en Hall Stuart y du Gay Paul. *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu editores. Buenos Aires– Madrid. Pp. 13–39.
- HELLER, A. (1991) "¿Historia y futuro? ¿Sobrevivirá la modernidad?" Barcelona: Península.
- Hinkelammert, Franz J. (2006). El sujeto y la ley. El retorno del sujeto reprimido. Cuba: Editorial Caminos.
- Ortega y Gasset (1993) la rebelión de las masas, Espasa. Francia.

- P. Bourdieu (1973) La opinión pública no existe. Les temps modernes. Francia.
- R, Rivadeneyra (1992) La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio. Trillas. México.
- Sabido, O. 2020. Sentidos, emociones y artefactos: abordajes relacionales. Introducción. s. Introducción”. En: SABIDO, Olga (coord.). “Sentidos, emociones y artefactos: enfoques relacionales”. Digithum, n.º 25, págs. 1-10. Universitat Oberta de Catalunya y Universidad de Antioquia. <http://doi.org/10.7238/d.v0i25.3236>
- Salazar, Robinson. (2013). La construcción del nuevo sujeto político en América Latina: Estrategia para buscar la emancipación desde lo popular en el siglo XXI. Espiral (Guadalajara), 20(57), 155-173. Recuperado diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-05652013000200006&lng=es&tlng=es.
- Sartori, G. (2001) La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros. Editorial Taurus
- Sierra. (2012). Ciudadanía digital y sociedad de la información en la Unión Europea: Un análisis crítico. Andamios, 9(19), 259-282. Recuperado abril de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632012000200012&lng=es&tlng=es.
- S, Giovanni (1989) Teoría de la democracia, tomo I, Alianza Universidad, Madrid
- Vázquez, Amancio. (2010). El concepto de ciudadanía en la democracia liberal y sus límites. Cultura y representaciones sociales, 4(8), 140-157. Recuperado marzo de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S200781102010000100140&lng=es&tlng=es.
- Vizer, E. 2011. El sujeto móvil de la aldea global. Tendencias en la sociedad mediatizada. Universidade Federal da Integração Latinoamericana, Universidad de Buenos Aires. Brasil, Argentina.
- Zaffaroni, Eugenio Raúl. (2010) Masacres: larvas y semillas. Lineamientos para un replanteo criminológico. *Dossier Genocidio y lesa humanidad*. Instituto de investigaciones y de Referencia Extranjera. Corte Suprema de Justicia de la Nación. República Argentina. Buenos Aires, 2010. Año XIV. Pp. 11-32.