

Comunicación política en la era internet: apuntes y preguntas

María Liliana C rdoba¹⁷

Fecha de recepción: 17/ 07/ 2023

Fecha de aceptación: 20/ 07/ 2023

Agradecimientos: a las instituciones y personas organizadoras del panel, especialmente a Graciela Castro, Elizabeth Theiler y María Inés Peralta, por la invitación.

Resumen

Este ensayo es una versión revisada de la presentación realizada por la autora en el panel "Democracia, participación ciudadana, derechos humanos y violencias" desarrollado en el marco del Segundo Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la UNVM y Pre Congreso Argentino CODESOC, organizado por el Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María (IAPCS – UNVM), el Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas (CODESOC), el Centro de Conocimiento, Formación e Investigación en Estudios Sociales (CONFINES) -Unidad Ejecutora IAPCS UNVM/CONICET- y la Municipalidad de Villa María. El artículo presenta apuntes y preguntas en torno a la comunicación política y sus vinculaciones con la crisis de la democracia a partir de tres ejes de problematización: la cuestión de la información, la cuestión del espacio público y el problema de la opinión. Afirma que el cambio comunicacional en curso opera como una crisis ambiental que amenaza la capacidad de vivir en democracia y que, frente a ello, es urgente crear y preservar ámbitos de conversaciones públicas donde se revalorice la palabra, porque la devaluación de la palabra pública es la verdadera devaluación de la democracia.

Palabras clave: comunicación política; democracia; información; espacio público; opini n pública.

¹⁷ Profesora e investigadora de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). E-mail: liliana.cordoba@unc.edu.ar

Political communication in the internet age: notes and questions

Abstract

This essay is a revised version of the presentation made by the author in the panel "Democracy, citizen participation, human rights and violence" developed within the framework of the Second Latin American Congress of Social Sciences of the UNVM and Pre Argentine Congress CODESOC, organized by the Pedagogical Institute of Social Sciences of the National University of Villa María (IAPCS - UNVM), the Council of Deans of Faculties of Social and Human Sciences (CODESOC), the Center for Knowledge, Training and Research in Social Studies (CCONFINES) -Executing Unit IAPCS UNVM/CONICET- and the Municipality of Villa María. The article presents notes in addition of questions about political communication and its links with the crisis of democracy from three axes of problematization: the question of information, the question of public space and the problem of opinion. The article affirms that the ongoing communicational change operates as an environmental crisis that threatens the ability to live in democracy. That, faced with this, it is urgent to create and preserve areas of public conversations where the word is revalued, as long as the devaluation of the public word is the true devaluation of democracy.

Key words: political communication; democracy; information; public space; public opinion.

I.

Vivimos un tiempo raro, difícil de describir, en el que las caracterizaciones demandan perspectivas nuevas o, al menos, la conjunción de perspectivas diversas y a veces aparentemente contradictorias. Pensemos, sino, en lo que este panel y congreso nos describen. Por un lado, la consolidación del régimen democrático en Argentina, porque estamos celebrando los primeros 40 años ininterrumpidos de democracia, algo inédito en nuestro país. Pero, al mismo tiempo, esta es una conmemoración que atravesamos en medio de la ruptura -o al menos la puesta en cuestión- de consensos básicos que parecían constituir un piso común e incuestionable tras la última dictadura militar.

Entonces, me digo, es un tiempo este en el que resulta necesario pensar, muy especialmente, el pensamiento con el que pensamos. Esto es, reflexionar acerca de las nociones y conceptos que utilizamos para comprender la época e intervenir en ella. Reconocer las contradicciones y los matices de la teoría, analizar los alcances y derroteros de las búsquedas prácticas de transformación.

II.

Hace rato que, desde el campo desde el cual quisiera hablar, que es el de los estudios de política y comunicación, sabemos que la comunicación es condición de posibilidad de la política en el sentido de que la política supone y exige la comunicación, no es algo exterior a ella, no es algo que se le añade, sino que es algo que la constituye (Caletti, 2001). Muy especialmente en la política democrática, donde se supone la existencia de una pluralidad de puntos de vista, la interacción entre esos puntos de vista y la reconciliación -siempre precaria y contingente- de esos puntos de vista posibilitan un actuar en común.

Pero hoy podemos afirmar, también, que la política ya no puede pensarse por fuera de lo mediático o, más precisamente, de la mediatización. Es decir, por fuera de esa nueva matriz para la producción de significaciones sociales que es la forma cultural dominante en el presente (Córdoba, 2015) y que la era internet ha densificado al extremo.

Las primeras consideraciones sobre el contacto entre comunicación y política pueden rastrearse desde el comienzo mismo de la reflexión política. Por citar solo tres referencias ampliamente conocidas, ya en los tratados aristotélicos sobre la retórica, en las reglas y principios comunicativos que aporta Maquiavelo en *El Príncipe* o en las afirmaciones de Tocqueville sobre las libertades comunicativas requeridas por una democracia liberal se encuentran reflexiones sustantivas sobre el tema. Sin embargo, es durante la modernidad que se produjo la reorganización profunda e irreversible de las formas en que la información y los contenidos simbólicos se originan e intercambian, y las maneras en que los individuos se relacionan unos con otros y consigo mismos (Thompson, 1998; Giddens, 2000; Williams, 2003; Mattelart, 1995). Es decir, la que provocó la reorganización profunda e irreversible de la política y la comunicación.

Por otro lado, una tercera cuestión sustantiva que puede señalarse desde esta perspectiva de estudio es que las formas estratégicas e instrumentales de la comunicación han colonizado prácticamente todas las formas de la conversación pública. En esta racionalidad el lenguaje, la palabra, es mucho menos un medio de expresión y de entendimiento que una herramienta para hacer creer al otro/la otra lo que yo quiero/necesito que crea. Desplegadas especialmente en el campo de la propaganda, la publicidad, el marketing, esas formas de entender y hacer la comunicación fueron modelando el espacio público y desde ahí las formas de la comunicación política. Hoy, nadie que pretenda obtener logros en el campo político puede sustraerse a ciertas dinámicas de esa forma de comunicación.

Por último, desde esta perspectiva de estudios de política y comunicación sostenemos, también, que las tecnologías de la información y la comunicación tienen una especificidad

Dossier: A cuarenta años de la Democracia y en tiempos electorales
VOLUMEN II

particular, algo que las vuelve especialmente relevantes en relación a la política y lo político: ellas “construyen subjetividad y presencia pública” (Abreg  y otros, 2019). De hecho, resulta evidente que la digitalización de las interacciones provoca cambios sustantivos en los modos de ejercer el poder, en las maneras en que se conoce y se comparte la realidad, en las formas en que se construye lo común (Sadin, 2022; Abreg  y otros, 2019; Arditti, 2021). Los propios procesos de subjetivación a través de los cuales nos convertimos en actores políticos han sido transformados por esta nueva situación, impactando y desestabilizando los lugares de enunciación organizados por la modernidad, las temporalidades institucionales, las dinámicas de resolución de los conflictos. La inmediatez con la que hoy circula la información, la desjerarquización que se produce en la esfera pública y la reducción de los costos para ingresar, actuar y organizarse en ella modifican profundamente ese “reparto de lo sensible” al que se refería Jacques Ranc ere (2009), es decir, “ese sistema de evidencias sensibles que al mismo tiempo hace visible la existencia de un común y los recortes que all  definen los lugares y las partes respectivas” (p. 9). Es decir, que define no sólo lo que vemos y lo que podemos decir al respecto, sino que establece también “qu n tiene competencia para ver y cualidad para decir” y cuáles son “las propiedades de los espacios y los posibles del tiempo” ( dem).

La situación es compleja. Los cambios evidencian lo que algunos autores proponen como un verdadero cambio de *ethos*, es decir, como un cambio en nuestra forma de ser y estar en el mundo (Sadin, 2022). Un cambio que, de acuerdo con Eric Sadin, fue provocado por la combinación de acontecimientos políticos, sociales, económicos y técnicos que en los últimos veinte años engendraron el advenimiento de una nueva condición para el individuo contemporáneo, “el individuo tirano”, que altera la representación que nos hacemos de nosotros mismos y de nuestro régimen histórico de existencia común, reemplazando al individualismo liberal de los últimos siglos (Sadin, 2022). Por ello es el hincapié que se hace hoy en la comunicación política como tema y como problema central de las democracias contemporáneas.

III.

Sin extenderme más en la caracterización de este tiempo o en los debates que pueden suscitar algunas de estas afirmaciones, quiero dedicarme a compartir algunos apuntes en torno a tres cuestiones que considero relevantes considerar y analizar en este contexto. Tres problemas que constituyen, desde mi punto de vista, asuntos nodales para pensar la democracia y también la coyuntura electoral: a) el problema de la información, b) la cuestión del espacio público, c) el problema de la opinión. Grandes asuntos todos, sobre los que compartir  apenas algunos apuntes y preguntas que buscan estimular la conversación en torno a lo que producen en y sobre la comunicación política.

IV.

En primer lugar, y respecto al problema de la información, un tema clásico de la relación entre política y comunicación, apuntaré dos cosas.

Por un lado, que en esta era que llamamos era internet las personas estamos inmersas en un cúmulo creciente de datos e informaciones. Es lo que en algunos textos se llama datificación de la sociedad (Hintz, Dencik y Wahl, 2018), proceso que en el capitalismo se despliega bajo lógicas de vigilancia y extracción y uso indiscriminado de datos, ya sea por parte de corporaciones globales o en menor medida gobiernos, frente a las cuales los estados y los ciudadanos poco pueden hacer o están haciendo (Han, 2022). Si bien es cierto que han surgido en todo el mundo activismos que pretenden cuestionar el modo en que se maneja y usa la información de millones de personas y plantean alternativas críticas a esa utilización (Abregó y otros, 2019; Arditti, 2021), el efecto predominante que genera la innovación digital es el de un espejismo de soberanía a partir del cual los individuos no siempre nos reconocemos sujetos a reglas heterónomas o a la sustracción de nuestros datos (Han, 2022; Sadin, 2022).

Por otro lado, que los resultados de distintas investigaciones que venimos realizando en el marco de proyectos financiados por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Córdoba¹⁸ nos permiten afirmar que hay una fuerte reconfiguración de la noción de información en nuestra sociedad.

Si durante mucho tiempo la idea de información estuvo asociada a la idea de hechos, datos, conocimiento, objetividad y, en ese sentido, a lo que podía considerarse y comprobarse como verdadero intersubjetivamente, hoy predomina una asociación de la noción de información a la idea de actualidad, de lo que está siendo y, muy especialmente, de lo que está siendo en los medios y en las redes sociales. Al mismo tiempo, si mientras hace apenas unos años pudimos hablar de un público impotente que creía que su insatisfacción con los medios era una situación imposible de modificar, lo que parece estar viviendo ahora el público es un nuevo sentimiento: el del cansancio o aburrimiento por la repetición constante de noticias y textos mediáticos que, sin embargo, no puede ni quiere dejar de consumir. Un público agobiado por eso que se nombra como información y actualidad.

En general las personas entrevistadas en nuestras investigaciones no creen en los medios a pesar de que para saber qué pasa recurren a ellos. Ante la contradicción que

¹⁸ Entre otros, nos referimos a los proyectos *Información y ciudadanía en sociedades mediatizadas. La experiencia de las audiencias y ser público hoy: las transformaciones tecnológicas en la experiencia cultural y ciudadana*, aprobados y subsidiados por SECYT-UNC bajo la dirección de la autora entre 2017 y 2023.

Dossier: A cuarenta años de la Democracia y en tiempos electorales
VOLUMEN II

representa el reconocimiento de la dificultad de creer lo que esos medios dicen y la necesidad de contar con ellos, cabe pensar si se trata de una paradoja o más bien, de un recurso de orientación en la escena mediática que es, en buena medida, la escena político social. Es decir, podríamos preguntarnos si los medios se utilizan para saber *lo que pasa* o más bien para conocer cuál es la realidad que ellos construyen; esa realidad de la que todos hablan y a la que nadie puede sustraerse, aunque desconfíe de su veracidad.

Por otro lado, nuestras últimas investigaciones muestran que hoy es creciente la disociación entre información mediática y realidad vivida, entendiendo por información mediática lo que se consume en diversos soportes y medios. Es decir, al tiempo que se avanza en la conciencia sobre la mediación tecnológica del conocimiento de la realidad y de la interacción con el mundo, se pierde la confianza en la transparencia de esa mediación y, por tanto, en la propia capacidad de saber qué es lo que de verdad ocurre. Esta situación alimenta, por una parte, la crisis de credibilidad y confianza en las instituciones -entre ellas las mediáticas- que se reconoce en diversos trabajos y estudios a nivel nacional e internacional. Pero, y esta es una novedad relevante, esa distancia podría estar afectando de manera más profunda a la noción misma de información, de verdad y de realidad. Es decir, estaría contribuyendo a la creciente dificultad para inscribir el conocimiento de la realidad y los hechos que la integran en términos de verdadero/falso; real/inventado, porque horada la creencia en una realidad fáctica, pasible de ser verificada y compartida por diferentes sujetos -más allá de sus intereses o posiciones- provocando sensaciones de desconfianza, sospecha o conspiracionismo en la que todo se considera pasible de manipulación o tergiversación. Al mismo tiempo, los discursos mediáticos y los de las personas entrevistadas en nuestras investigaciones apelan de manera creciente al lenguaje emocional para hablar sobre lo público y en público.

Por otro lado, observamos una tendencia marcada a inscribir la realidad y la información acerca de la misma en una temporalidad exclusivamente presentista. El discurso informativo en los medios no se elabora en términos de procesos, causas, consecuencias o proyecciones, pasado y futuro. Por su parte, en las entrevistas realizadas, cuando los sujetos aluden al futuro, lo hacen en términos personales o familiares, y son escasas las alusiones a algo que pueda ser diferente en el plano colectivo o social. Esto conlleva, y esta es otra de las conjeturas, una gran dificultad para imaginar futuros y eso tiene fuertes implicancias en las formas de subjetivación política ciudadana en tanto la misma supone, siempre, el horizonte de un bien común.

V.

En segundo lugar, y respecto de la cuestión del espacio público, ya señalamos que las tecnologías de la información y la comunicación ayudan a construir presencia pública. Entre otras cuestiones, se ha señalado que ellas reducen el costo de acceso a la esfera pública, multiplican las voces y los alcances, desordenan las jerarquías preexistentes. Muchas de esas orientaciones pueden leerse en clave de democratización, lo cual no debe llevarnos a desconocer o minimizar los vectores de desdemocratización que también se producen en estas formas novedosas de construcción de lo público. La preeminencia del yo apunta a la mostración individual y estetizada del sí mismo y emerge una pasión por la expresividad, pero no en un sentido comunicativo sino en el sentido de “narrarse a sí mismo” ante los demás para conseguir su consentimiento (Sadin, 2022). Es una expresividad catártica antes que argumentativa o deliberativa.

El refuerzo positivo de la propia posición, la desmesura en los componentes afectivos, de creencias o de identificación, produce una forma de discursividad *troll* en el sentido de una desmesura por la provocación, la ofensa, o el linchamiento antes que por la escucha o la conversación. Y donde la alteridad creciente no necesariamente remite al pluralismo.

Esta fragmentación de la comunicación pública, especialmente la digital, se combina con otras fragmentaciones y fracturas económicas, urbanísticas, educativas para facilitar lo que se llaman efectos o filtros “burbuja”, favoreciendo el contacto y la interacción con aquello que el algoritmo o cada quien considera af n y la pérdida de contacto con aquello que se considera diferente. Así, se va configurando “una realidad estrictamente personal y acotada que, paradójicamente, se nos aparece como una fuente de información confiable, objetiva y universal” (Feierstein, 2022, p. 13). La difusión de teorías conspirativas y de *fake news* en este sistema de burbujas resulta muy sencilla, además de que estos sistemas de rápida polarización y radicalización son un caldo de cultivo fundamental para la utilización política del odio en tanto estrategia política ( dem).

VI.

En tercer lugar, respecto de la opinión, resulta un tema también crucial.

El nuevo *ethos* combina la “desconfianza creciente respecto de las instancias de poder de todo tipo: responsables políticos, instituciones públicas, élites, medios de prensa” (Sadin 2022, p. 14) con la emergencia de un “nuevo régimen de opinión: aserción infundada” ( dem, p. 15) basado en la enunciación pública de las propias opiniones y la propia vida a través de la pantalla propia. Es un régimen que provoca “la ilusión de aumento de la autonomía y de la importancia de uno mismo” (Sadin, 2022, p. 94), al tiempo que horada la idea de un mundo común.

Dossier: A cuarenta años de la Democracia y en tiempos electorales
VOLUMEN II

Resulta evidente la relación entre esto y la importancia otorgada en el último tiempo a la posverdad. La opinión parece asociarse, cada vez más, con la libertad de cada uno para considerar verdadero lo que quiera. Es decir, aquella idea de opinión en tanto juicio construido públicamente -a partir de la perspectiva de muchos- y emitido públicamente -y en ese sentido sometido a la contestación de los demás- es reemplazada por una idea de opinión cuya fuente primera y definitiva es el propio yo.

En ese sentido, se ha propuesto que la elección de Trump fue la elección de la posverdad o la mentira emotiva, mientras que la de Bolsonaro fue la elección de la autoverdad. En el primer caso, con la posverdad, lo que se intenta indicar es la producción deliberada de la distorsión de una realidad, con el fin de crear y modelar la [opinión pública](#) e influir en las actitudes sociales, y en la que los hechos objetivos tienen menos influencia que las [apelaciones a las emociones](#) y a las creencias personales. La falsificación de la noticia, de la información, se convierte en algo tan omnipresente que la idea misma de noticia deja de tener sentido. Con la idea de autoverdad, en cambio, se alude a la libertad de cada uno para considerar verdadero lo que quiera y reemplazar con eso el valor de la verdad política como algo construido a partir de la perspectiva de muchos, a través de las argumentaciones y las contestaciones de los demás. Paradójicamente, no se confía en la capacidad colectiva de ponerse de acuerdo acerca de lo que es justo o injusto, acerca de lo que debe hacerse, pero se admira a quien tiene la valentía de gritar su verdad porque la "verdad" se ha convertido en una elección personal. Como ha señalado Elian Brum (2018), una periodista brasilera que escribió unas notas muy interesantes sobre el proceso brasilero en la elección de Bolsonaro, es la valorización de una verdad personal y autoproclamada, una verdad del individuo, una verdad determinada por la autorización de internet para "decirlo todo" y que no se somete a la contestación argumentativa o  tica, porque su verdad radica en otro lugar. La autoverdad habilita una forma de representatividad política que ya no es por mandato sino por "eco".

VII.

Más acá, en una nota publicada por Infobae el 10 de mayo de 2023, Fernando Cerimedo, ligado actualmente a la campaña del candidato a la presidencia por la ultraderecha Javier Milei, cuenta cómo trabaja desde su consultora para generar "conversaciones en la red", "otorgar relevancia" a los contenidos que genera y ofrecer "relaciones sociales significativas" (sic), lo que es más importante hoy que la cantidad de *likes*.

Cerimedo es consultor en marketing digital y trabaja para empresas y políticos. Fue asesor de Mauricio Macri, Patricia Bullrich y Jair Bolsonaro y trabaj  en Chile contra la reforma constitucional propuesta por Boric. Es el dueño de La Derecha diario, entre otros medios, y maneja unas 50.000 cuentas creadas artificialmente para monitorear e influir en la

Dossier: A cuarenta años de la Democracia y en tiempos electorales
VOLUMEN II

conversación en redes: *“es hora de que todo esto se sepa, dice. Si no, es como que hay un submundo y no está bueno”*. Cuenta que cobra entre 50 mil y 100 mil dólares por mes su trabajo de consultor, más los gastos de producción de contenidos y de publicidad. Calcula, dice, que un candidato necesita hoy unos 20 millones de dólares como mínimo para una campaña nacional. Y trabaja también en el desarrollo de sistemas de información y gestión de gobierno para varios municipios. Si bien el enfoque profesional de la comunicación política ha sido y es predominantemente estratégico-instrumental, es decir, está orientado exclusivamente hacia efectos y resultados al punto de que no se registran reflexiones teóricas ni éticas sustantivas en torno a esa práctica de intervención, lo novedoso en este tiempo es la explicitación abierta de los procedimientos que se utilizan para conseguir esos objetivos y la desvinculación con cualquier reflexión  tica al respecto.

VIII.

Lo que queremos afirmar, al final de estas reflexiones, es que el entorno digital es hoy un ecosistema tan estratégico como el ecosistema verde *“pues cada vez hace mayor parte de nuestra corporeidad, de nuestra sensibilidad y de nuestra cognitividad”* (Martin-Barbero, 2015, p. 28). El cambio comunicacional, podemos decir, opera como una verdadera crisis ambiental: amenaza nuestra capacidad de mantener un nivel razonable de humanidad, de comprensión del mundo y de comprensión y encuentro con los otros (Silverstone, 2011). Es decir, amenaza nuestra capacidad de vivir en democracia.

No s  cuáles sean salidas posibles, pero seguro no las encontraremos en soledad ni bajo una idea de crítica que devele lo que ya el poder muestra sin prejuicios. Prefiero pensar, con Sadin, que hoy es urgente superar la expresión impulsiva de la rabia y trabajar sobre las causas, ratificar la pluralidad de las conciencias y las existencias y afirmar que hay algo que nos supera y nos obliga en un marco compartido.

Situada de nuevo en el campo desde el que les hable, se trata, creo, de crear y preservar ámbitos de conversaciones públicas donde se revalorice la palabra, porque la devaluación de la palabra pública es la verdadera devaluación de la democracia. Y donde la apuesta sea a la autenticidad entendida como decir lo que se piensa y actuar en función de lo que se dice. También, o muy especialmente, en la universidad.

Por otro lado, la necesaria revisión de nuestra insistencia por inscribir, y en ese sentido reducir, toda la conflictividad social bajo un único antagonismo. La necesidad de problematizar la definición de la política como una cuestión de identidades que se autoafirman en una dinámica nosotros contra ellos, para abrir el espacio a una recuperación de la escucha y la reciprocidad como forma de encuentro con el otro para la construcción de lo común. Una búsqueda de las palabras como algo más, e incluso distinto, a herramientas de lucha,

instrumentos de batalla, un retorno de las palabras como posibilidad de comunicación, comunión, reconocimiento y construcción de horizonte común.

Hablo de una  tica de la comunicación que revela el potencial liberador del lenguaje cuando es usado como algo distinto a un arma de manipulación, cuando se busca que intente decir una verdad.

No sólo los medios dependen de la confianza. La política también. Nuestros vínculos más importantes dependen de ella. Nuestra posibilidad de comunidad depende de ella. Por tanto, la tarea de construir palabras y espacios en los que se pueda confiar por su seriedad, por su apego a los hechos que ocurren, por sus opiniones fundadas en datos y argumentos, por su posicionamiento claro y distintivo que no implica negar las palabras y opiniones de los demás, sino por el contrario debatirlas rigurosamente, es algo urgente para cada uno de nosotros.

Bibliografía consultada

Abrego, V. H., Bona, Y. y Reguillo Cruz, R. (2019). Resistencias en red: Tecnopol tica y violencias. *De Signis*, 30, 23-44. Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS). Recuperado <https://www.designisfels.net/capitulo/i30-03-resistencias-en-red-tecnopolitica-y-violencias/>

Arditti, B. (2015). *La política distribuida de los rebeldes del presente: la acción en la era de la Web 2.0*. Documento de Trabajo N  4. Proyecto PAPIIT IN 308313 "Política viral y redes: invención y experimentación desde el Magreb al #Yosoy132". Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado https://1politicaviral.files.wordpress.com/2015/11/arditi_esquema_analitico_papiit308313_20151.pdf

Brum, E. (2018). La política y la creación de la autoverdad. *El País*, 19-07-2018. Recuperado https://elpais.com/internacional/2018/07/19/america/1532017843_797209.html

Caletti, S. (2001). Siete tesis sobre comunicación y política. *Diálogos de la Comunicación*, 63, 36-49.

Córdoba, M. L. (2015). Espacio público y mediatización: aportes para un abordaje sociopolítico. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 11 (21). Recuperado <https://doi.org/10.55738/alaic.v11i21.181>

Feierstein, D. (2022). *Violencia y estigmatización. Informe del Foro Universitario del Futuro*. Argentina Futura: Buenos Aires. Recuperado https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/violencia_y_estigmatizacion-argentina-futura.pdf.

Giddens, A. (2000). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.

Han, B. C. (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Santiago de Chile: Taurus.

KAIROS. Revista de Temas Sociales
ISSN 1514-9331. URL: <http://www.revistakairos.org>
Proyecto Culturas Juveniles
Publicación de la Universidad Nacional de San Luís
Año 27. N  51. Julio de 2023
Dossier: A cuarenta años de la Democracia y en tiempos electorales
VOLUMEN II

- Hintz, A., Dencik, L. y Wahl-Jorgensen, K. (2018). *Digital citizenship in a datafied society*. Cambridge: Polity Press.
- Martin-Barbero, J. (2015)  Desde dónde pensamos la comunicación hoy? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 128, 13-29. Recuperado <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057400003.pdf>
- Mattelart, A. (1995). *La invención de la comunicación*. México: Siglo XXI Editores.
- Ranci re, J. (2009). *El reparto de lo sensible*. Santiago de Chile: Ediciones LOM.
- Sadin, E. (2022). *La era del individuo tirano. El fin de un mundo común*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Silverstone, R. (2011). *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios*. Barcelona: Amorrortu.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Williams, R. (2003). *La larga revolución*. Buenos Aires: Nueva Visión.