

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada



D Barredo Ibáñez, DJ de la Garza Montemayor, DL Días (2018): “La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp 945 a 960.



<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1290/49es.html>



DOI: [10.4185/RLCS-2018-1290](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1290)

La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia

The relationship between the consumption of digital media, participation and political efficacy. A study about young university students in Colombia

Daniel Barredo Ibáñez [CV]  <http://orcid.org/0000-0002-2259-0756> 
<https://scholar.google.es/citations?user=hJdDKdMAAAAJ&hl=en&oi=ao> Profesor de carrera principal. Escuela de Ciencias Humanas. Universidad del Rosario (Bogotá, Colombia) - daniel.barredo@urosario.edu.co

DJ de la Garza Montemayor [CV]  <https://orcid.org/0000-0001-6962-9059> 
<https://scholar.google.es/citations?hl=en&user=t9efOtUAAAAJ> Profesor de tiempo completo. Facultad de Ciencia Política y Administración Pública. Universidad Autónoma de Nuevo León (México) – danieldelagarza@gmail.com

DL Días [CV]  <https://orcid.org/0000-0002-8970-253X> 
<https://scholar.google.com/citations?user=44AVTrgAAAAJ&hl=es&citsig=AMstHGSYM1h0u2h4-LFH58YqX6dEj9wWng> Directora del programa de Comunicación Social. Corporación Universitaria del Meta (Colombia) – dania lorena@gmail.com

Abstracts

[ES] Introducción: La participación política es esencial para la consolidación democrática, dado que, mediante el involucramiento social, la ciudadanía puede alcanzar consensos y desarrollar deliberaciones públicas. Esto es especialmente importante en Colombia, cuya sociedad se ha visto envuelta tanto en un conflicto armado durante más de cinco décadas, como asolada por las mafias asociadas al narcotráfico, la brecha económica y la falta de presencia del Estado en algunas regiones, entre otras. **Metodología:** A través de una encuesta a 581 jóvenes universitarios colombianos, hemos evaluado la relación entre cuatro categorías que pueden ser determinantes para la calidad democrática, como son el consumo de medios digitales, la participación en línea y fuera de línea y la eficacia política. **Resultados y conclusiones:** En los resultados, además de un vínculo entre las variables

indicadas, observamos un bajo consumo de medios tradicionales, así como una falta de participación –en línea y fuera de línea–, en los estudiantes consultados.

[EN] Introduction: The political participation is essential for the democratic consolidation, considering that through social engagement, citizens are able to achieve consensus and develop public deliberations. This is especially important in Colombia, a society surrounded by an armed conflict for more than five decades, as well as devastated by drug trafficking mafias, economic breach and the lack of presence of the State in some regions, among some of them. **Methodology:** Using a survey to 581 Colombian young university students, we evaluated the relationship between four categories that can be determinant for democratic quality, such as the consumption of digital media, online and offline participation and political efficacy. **Results and conclusions:** In our findings, besides a link between aforementioned variables, we observe a low consumption of traditional media in respondents, as well as a lack of participation -online and offline-.

Keywords

[ES] Participación política; ciberesfera; jóvenes universitarios; Colombia.

[EN] Political participation; cybersphere; young university students; Colombia.

Contens

[ES] 1. Introducción. La participación política y sus efectos potenciales en la democracia colombiana. 1.1. Participación política: algunas claves del contexto colombiano. 1.2. El consumo de medios digitales entre los jóvenes universitarios. 2. Metodología. 3. Resultados. 4. Conclusiones. 5. Notas. 6. Referencias

[EN] 1. Introduction. Political participation and its potential effects in Colombian democracy. 1.1. Political participation: some keys about the Colombian context. 1.2. Consumption of digital media among young university students. 2. Methodology. 3. Results. 4. Conclusions. 5. Notes 6. List of References

Traducido por **Yuhanny Henares**
(Traductora académica, Universitat de Barcelona)

1. Introducción. La participación política y sus efectos potenciales en la democracia colombiana

La participación política a menudo suele identificarse como un factor esencial para evidenciar la calidad del funcionamiento democrático (Barnidge *et al.*, 2014). Ello se explica porque, desde el estímulo del relacionamiento social, las instituciones representativas pueden involucrar a los electores en las tareas de gobierno. Y esto es vital, en Colombia, para evitar conflictos futuros, al generar una mayor discusión entre los diversos actores políticos del país (Taylor, Nilsson & Amezcua, 2016); para erosionar la brecha entre los entornos urbanos y rurales (Parra & Pinzón, 2015) y fomentar una mayor descentralización, algo previsto desde el Art. 1 de la Constitución de 1991; para evitar la autocensura en algunos contextos locales (Puig & Rojas, 2015); y, también, para incentivar una mayor deliberación y, con ello, favorecer una mayor empatía entre las comunidades, organizaciones e individuos (Orozco & Ortiz, 2014); y, globalmente, para ayudar a suprimir algunos problemas que tensionan al país, como el asesinato de los líderes progresistas (Saldarriaga & Gómez, 2015).

Aunque los Estados tienen un importante papel para incentivar la activación de la ciudadanía (Escobar, Arana & McCann, 2015), lo cierto es que América Latina suele identificarse por la falta de participación política (Gaviria, Panizza & Seddon, 2015), que se explica por causas históricas y culturales, como la desconfianza de las ciudadanías por las instituciones y por los representantes democráticos; la persistencia oscilante del autoritarismo; y también por causas socioeconómicas, en tanto que es esta una región con amplias capas poblacionales en situación de pobreza o extrema pobreza y, todavía, con problemas de acceso a la educación superior, entre otros.

En las siguientes páginas, nos hemos fijado como objetivo evaluar la relación existente entre el consumo de medios, la eficacia política y la participación política dentro y fuera de línea en una población estratégica –como los jóvenes universitarios colombianos–, quienes, a través de fenómenos como el recambio generacional, pueden ejercer un rol clave para innovar un sistema democrático como el colombiano.

1.1. Participación política: algunas claves del contexto colombiano

La participación política, que identifica a las posibilidades de interacción del individuo con su entorno, suele verse afectada por cuestiones como el género, el nivel educativo y la confianza en los otros (Gaviria, Panizza & Seddon). Asimismo, de acuerdo a estos autores, el ingreso per cápita resulta fundamental tanto en el nivel, como en los tipos de participación, porque por ejemplo los ciudadanos con menores niveles de ingresos, tienden a preferir otras rutinas participativas, más allá del voto. Con esta misma afirmación se encuentran de acuerdo García & Salcedo (2015), quienes aseguran que la desafección política –que es el reverso de la participación–, se encuentra vinculada a los ingresos y al nivel educativo de los ciudadanos.

La participación política varía en función del contexto social en que se desenvuelve el individuo, por cuanto depende de la gestión efectuada por los Estados, como explicaron Escobar, Arana & McCann (2015) al analizar las preferencias electorales de los migrantes.

En el caso colombiano, son muchos los autores que aseguran que la Constitución de 1991, como principal innovación, trajo la implementación de una mayor participación ciudadana (Giraldo, 2006), al descentralizar muchas de las funciones estatales (Parra & Pinzón, 2015), y al conseguir la entrada en la discusión pública de amplios sectores tradicionalmente excluidos (Guzmán, González & Eversley, 2017). Pero a pesar de las propuestas de la nueva Carta Magna, la integración de la pluralidad y la diversidad étnica, política y cultural, es todavía un proceso en desarrollo. Hay muchas tareas inconclusas; así, por ejemplo, si la Carta Magna promueve una descentralización de los recursos, autores como Asela (2014: 70) aseguran que se está generalizando una expresión opuesta, denominada como “recentralización”, desde la cual el Estado busca intervenir activamente en el reparto y en la gestión de los presupuestos regionales. Formalmente, Colombia posee todas las características de una democracia (García, Sánchez & Salcedo, 2017), pero se trata de un sistema profundamente afectado por el conflicto armado que describen Gutiérrez Coba *et al.* (2010), y en el que por más de cinco décadas la sociedad colombiana ha sufrido el enfrentamiento entre guerrilleros de las FARC, fuerzas militares y paramilitares, sin contar con la intervención de los narcotraficantes y de otros grupos violentos, como el ELN. En 2017, mientras escribimos estas líneas, aún hay sectores donde causa enorme polémica la posibilidad de que un ex combatiente –en el marco de los Acuerdos de Paz firmados por el gobierno liderado por Juan Manuel Santos y las FARC–, se presente como candidato: así sucede con la concurrencia de Rodrigo Londoño, alias “Timochenko”, anteriormente líder del grupo guerrillero y posible candidato presidencial en las elecciones de 2018 (Colprensa, 2017, 1 de noviembre), un indicador que enuncia los problemas que persisten en una democracia acostumbrada

más a resolver los conflictos a través de las armas, antes que a utilizar el diálogo social y la participación política.

Todavía hay regiones colombianas donde persiste la sensación de ese “no-lugar” que menciona Pécaut (1999: 19), es decir, esos entornos en que se disuelve la presencia del Estado en favor, por ejemplo, de las mafias asociadas fundamentalmente al narcotráfico, encargadas de establecer las reglas de juego de la convivencia. Solo desde ese enfoque puede entenderse la presunta connivencia de los gobiernos dentro del lucrativo negocio del narcotráfico (Gutiérrez Coba *et al.*, 2010); el asesinato de líderes de izquierda (Saldarriaga & Gómez, 2015); las amenazas a los periodistas (Barredo, De la Garza & Díaz, 2016); la brecha interregional, según la cual es más factible poder expresar las opiniones en función de los residuos adosados a cada contexto geográfico, como explican Puig & Rojas (2015); y, con todo ello, los altos niveles de desafección del país, más elevados en los entornos afectados por el conflicto armado o el narcotráfico (García & Salcedo, 2015).

La interrelación de los fenómenos mencionados genera una “violencia estructural” (Aguilar & Muñoz, 2015: 1023); y es estructural porque, como recuerdan estos autores, la violencia impacta desde varios ámbitos, especialmente a grupos estratégicos que –como el de los jóvenes–, han sido tradicionalmente excluidos de la participación en la esfera pública colombiana (Patiño, Alvarado & Ospina, 2014).

Además de lo anterior, la participación política se ve afectada, asimismo, por el hecho de que Colombia sigue siendo uno de los países más desiguales del mundo: unas cuatro de cada diez personas, en 2013, eran indigentes o estaban en situaciones de pobreza (CEPAL, 2015: 61), unas estadísticas más pronunciadas en los entornos rurales, en comparación con los urbanos.

Ante este panorama, la desafección que apuntábamos anteriormente se traduce en los altos niveles de abstención en las rutinas electorales colombianas, que es una respuesta social frente al desincentivo de la participación que se ha ido describiendo. La situación se agrava en el caso de los jóvenes, quienes tienden a ser desplazados por considerarse como individuos en formación, incapaces de producir sentidos, tal y como describen los siguientes autores:

“Dentro de este sistema económico y político, los jóvenes son asumidos como seres pasivos, dependientes, vacíos de sentido y conciencia, seres sin forma, seres que valen por lo que representan en el futuro de las naciones y no por los seres que ya son; se les ve como seres potenciales adultos en proceso de maduración que deben ser formados para competir conforme a las necesidades y normas impuestas por el mercado como máximo regidor de las existencias”. (Patiño, Alvarado & Ospina, 2014: 261)

Es decir, los jóvenes a menudo son invisibilizados, expulsados de la cocreación de consensos por parte de las instituciones e, incluso, asociados injustificadamente con episodios delincuenciales. También hay otras cuestiones que impactan en el relacionamiento de la sociedad colombiana con los jóvenes, como la llamada “precarización económica” (Aguilar & Muñoz, 2015: 1023), que resume bien la falta de oportunidades laborales, bien la oferta de empleos con una insuficiente dotación de recursos. A los que hay que sumar la falta de información y la agenda sesgada de ciertos medios (Cárdenas, 2016), cuyos temas se configuran rutinariamente desde arriba, sin un mayor contraste o profundidad.

1.2. El consumo de medios digitales entre los jóvenes universitarios

Pero la participación política, en un contexto tan complejo como el colombiano, no puede entenderse sin describirse el sistema mediático del país, en tanto que dicho sistema se encarga de incentivar (o desincentivar) el empoderamiento de la ciudadanía, en conjunto con la fiscalización de los representantes institucionales, entre otras circunstancias. Así, la mayor parte de los ingresos y del

impacto, en Colombia, están concentrados en grandes grupos o corporaciones; en 2010, por ejemplo, el 92,6% de los ingresos en el ámbito audiovisual iba a parar a dos canales televisivos –RCN Televisión y Caracol Televisión–, que asimismo copaban la mayor parte de la atención de las audiencias (Narváez, 2013). Sin embargo, trabajos como el de Barredo & Díaz (2017) aseguran que los medios convencionales, en este país, poseen una irregular adaptación al ecosistema digital, restringiendo en gran medida el involucramiento de sus audiencias.

Como sucede a nivel global, los medios sociales están desplazando a las plataformas periodísticas convencionales como monopolizadores de la gestión simbólica (Casero, 2012; Cassany, 2013), y se erigen en los principales espacios de participación y deliberación pública para grandes grupos poblacionales, como el de los jóvenes universitarios (De la Garza & Barredo, 2017; De la Garza, Barredo & Arcila, 2017). La edad de los individuos, por consiguiente, es una variable a tener en cuenta, sobre todo con respecto de los mecanismos de información –los cuales afectan a la visión general del mundo y, con ello, a la conceptualización sobre participación–, en tanto que autores como Holt *et al.* (2013) aseguran que existe una sociedad cada vez más polarizada desde lo generacional, es decir, entre aquellos grupos que tienden a consumir medios tradicionales y, a la vez, entre esos otros que por su parte consultan fuentes digitales para ayudar a construir su punto de vista político.

Es cierto que este fenómeno se ve atemperado en Colombia por aspectos como la brecha tecnológica: en 2017, apenas unos seis de cada diez colombianos tenían una conexión a internet de banda ancha (MINTIC, 2017: 5), mientras que un 20,66% de las personas poseían contratos de pospago en el celular (p. 13). Pero a pesar de que el acceso a estos medios aún es irregular, conviene enmarcar el impacto que pueden causar, al facilitar a la sociedad colombiana una mayor información y posibilidad de interacción, y al establecerse como surtidores alternativos de la verdad oficial, algo que asimismo está sucediendo en otros países (Barredo, 2013). Sobre esto último, conviene recordar algunos episodios sintomáticos del uso estratégico de las TIC con fines políticos, como sucedió durante las movilizaciones campesinas en el llamado Paro Nacional Agrario de 2013 (Aguilera, 2017). A través de las tecnologías, los agricultores movilizados –como explica el autor citado–, pudieron visibilizarse ante la opinión pública colombiana, mediante la difusión de videos de la agresión policial, la contrastación de informaciones que deslegitimaron –por su disidencia–, a los medios de comunicación nacionales y, en definitiva, la orquestación de una campaña efectiva que “pasó de un escenario on line a la off line” (p. 26). Esta interacción entre lo convencional y lo digital suele ser habitual, porque finalmente los medios en línea promueven “nuevas formas de buscar y compartir información” (Barnidge *et al.*, 2014: 1833), luego ayudan a amplificar la deliberación colectiva que se produce al interior de las protestas.

En el caso de los jóvenes, suele citarse la movilización de 2011 contra la Ley 30 impulsada por el presidente Santos, como un ejemplo de protesta juvenil mediada particularmente por la tecnología (Parra & Pinzón, 2015) [1]. En aquella protesta, los jóvenes se activaron contra la propuesta de reformar una reglamentación del acceso a la educación superior marcado por la privatización del servicio (Galindo, 2016), un indicio de la importancia creciente que tiene el uso estratégico de las plataformas en línea entre la población estudiada. Y esta importancia se debe a que, desde los medios digitales, los jóvenes –que, como se explicó en el apartado anterior, suelen excluirse de los espacios de socialización y toma de decisiones en Colombia–, pueden encontrar una “emancipación” liberadora de las prácticas políticas tradicionales (Patiño, Alvarado & Ospina (2014: 274), al empoderarse mediante el reconocimiento del otro, y al tener la posibilidad de expresar sus puntos de vista. Desde esos medios sociales, entonces, es posible acudir a otras fuentes –más allá de los relatos sesgados y superficiales que inundan los medios convencionales (Aguilar & Muñoz, 2015)–, de incorporar otras voces, luego tienden a convertirse en surtidores que amplifican la experiencia colectiva.

Según Taylor, Nilsson & Amezquita (2016), quienes formaron parte activa del conflicto armado, en su gran mayoría, demandan una “reconstrucción de la verdad” (p. 9), de tal manera que los medios sociales pueden convertirse en unos importantes escenarios de participación ciudadana, en la búsqueda de ese diálogo sobre las causas y, también, al establecer una constante intermediación sobre aquellos protagonistas disruptores. Además, desde la ciberesfera, puede darse una “deliberación” colectiva (Orozco & Ortiz, 2014: 92), al activar la participación desde numerosos mecanismos, como foros, chats, portales informativos, redes sociales, entre otros.

2. Objetivos

Las siguientes páginas han sido construidas alrededor del objetivo general:

- Analizar la relación existente entre la participación política, el consumo de medios digitales y la eficacia política, en una población estratégica –como los jóvenes universitarios colombianos.

También hemos fijado los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar los mecanismos de participación política en función de los perfiles de usuarios básicos en que puede caracterizarse la población escogida.
2. Contrastar el consumo de medios en línea y fuera de línea en los perfiles aludidos.
3. Examinar la interacción existente entre la eficacia política y la participación política en línea de acuerdo a la perfilación de la muestra.

Por tanto, de acuerdo a los objetivos anteriores, nos hemos propuesto estudiar la interacción entre cuatro categorías que detallaremos a continuación: la participación política en línea y fuera de línea, el consumo de medios tradicionales y digitales y la eficacia política. Con respecto a la primera categoría, nos hemos propuesto esclarecer si, en efecto, existe una relación entre la participación política de los jóvenes colombianos en los medios sociales, tal y como ha sido avistada en otros contextos (Park, Kee & Valenzuela, 2009; Bode *et al.*, 2014); asimismo, también resulta pertinente observar cómo influye dicha participación en línea, con la participación política fuera de línea como segunda categoría, una interacción que ha sido ya abordada por la literatura previa (Verba, 1962; Brady, Verba & Lehman, 1995; Estrada, 1995; De la Garza & Barredo, 2017), si bien aún no hemos encontrado un estudio sobre el caso de Colombia que se haya detenido en este fenómeno. De igual manera, consideramos importante tomar en cuenta la tercera categoría, la cual señala en qué medida ha cambiado el consumo de medios tradicionales en el grupo poblacional escogido, y de qué manera el surgimiento de los medios digitales coexiste o ha comenzado a reemplazar la forma tradicional de informarse (Delarbre, 2011; Arellano, 2013; Villamil, 2017). También es importante establecer si los medios (convencionales o digitales) tienen alguna influencia en la participación política de los jóvenes universitarios colombianos, y en qué grado (Conroy, Feezell & Guerrero, 2012; Ikeda, Richey & Teresi 2013). Y, por último, introducimos también la categoría de eficacia política, la cual resulta útil para determinar en buena medida el empoderamiento de los usuarios de internet, cuando consideran que sus acciones van encaminadas a ayudar a establecer algún cambio en la política (Zittel, 2007; Moreno, 2012).

2. Metodología

El estudio, de alcance correlacional, busca examinar la relación existente entre el consumo de medios, la participación política en línea y fuera de línea, así como el concepto de eficacia política. Para ello,

se diseñó una encuesta, la cual fue parcialmente validada por un estudio anterior, centrado en el caso de México (De la Garza & Barredo, 2017). Las variables que integraron el instrumento fueron ampliadas con respecto del consumo de medios, a través de la réplica de los ítems propuestos por Gómez, Tejera & Aguilar (2013); dentro de participación política en línea, se adaptaron también algunos de los indicadores presentados por Gil de Zúñiga *et al.* (2010) y Vesnic-Alujevic (2012), mientras que en los de participación política fuera de línea, se siguieron los hallazgos expuestos por Oser, Hooghe & Marien (2013). En el caso de la eficacia política, se utilizaron los estudios de Kushin y Yamamoto (2010) y Moeller *et al.* (2014). Una vez diseñado el cuestionario, de 20 variables, en el mes de mayo de 2017 se envió para su validación a los siguientes expertos: María Bella Palomo Torres (Universidad de Málaga, España); Elba Díaz Cerveró (Universidad Panamericana, Guadalajara, México); Carlos Gustavo Patarroyo y Eduar Barbosa Caro (Universidad del Rosario, Colombia). La retroalimentación de estos investigadores fue de gran interés, al evaluar la calidad general del instrumento.

Dicho cuestionario se aplicó sobre una población estratégica: la de los jóvenes universitarios. A pesar de que trabajos como el de Gaviria, Panizza & Seddon (2015) sugieren que la participación política se incrementa con la edad, hemos escogido a dicho grupo siguiendo esa estela de estudios que consideran a este colectivo como uno de los más descontentos (Aguilar & Muñoz, 2015), que emplean los medios digitales para consultar información sobre política (Holt *et al.*, 2013), y que tienen una alta importancia para la consolidación de la democracia participativa en Colombia (Patiño, Alvarado & Ospina, 2014). Por tanto, los jóvenes conforman una de las comunidades más activas de participación en línea (Vázquez & Cuervo, 2014), si bien en nuestro trabajo nos hemos centrado concretamente en los universitarios, que eran –en 2013–, alrededor del 48,3% (CEPAL, 2015: 47) de los usuarios en línea, pero que presentaban el más abultado acceso poblacional a internet: un 95% de los colombianos con estudios de tercer y cuarto nivel acceden a la red (Ortiz & Orozco, 2015: 90).

Siguiendo con la validación del instrumento, en el mes de junio se realizó el pretest del cuestionario con dos grupos de estudiantes de la Universidad del Rosario (Colombia). A continuación, seleccionamos la muestra mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia: tras invitar, inicialmente, a 32 universidades colombianas a formar parte del estudio, por último conseguimos la aceptación de las siguientes instituciones, que nos ayudaron a replicar el cuestionario entre su comunidad estudiantil: Universidad del Rosario; Universidad Nacional Abierta y a Distancia; Universidad Santo Tomás; Universidad Panamericana; Corporación Universitaria del Meta; Universidad Jorge Tadeo Lozano y la Escuela Superior de Administración Pública.

El cuestionario fue aplicado a través de la plataforma *Google Forms* entre el 15 de agosto y el 30 de septiembre de 2017. Finalmente, obtuvimos 581 respuestas, pertenecientes a los jóvenes universitarios de las instituciones citadas. Los resultados fueron evaluados a través del programa de análisis estadístico SPSS (versión 25). Con respecto de la fiabilidad del instrumento utilizado, encontramos una gran estabilidad en los 97 elementos del cuestionario, en tanto que la prueba Alfa de Cronbach nos arrojó un coeficiente de $\alpha=.814$, el cual puede ser considerado como altamente aceptable (Tavakol & Dennick, 2011).

3. Resultados

2.1. Del Análisis Factorial realizado

En el momento de crear el instrumento definitivo, se procedió a realizar, en primer lugar, un análisis factorial, el cual arrojó coeficientes altamente aceptables; en ese sentido, para el Alfa de Cronbach, y a partir de los criterios expuestos por Tavakol & Dennick (2011), consideramos valores aceptables

para de entre 0.70 hasta 0.95. Con respecto del test Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), los valores también son aceptables, dado que se acercan a 1, que es el máximo indicador de calidad para proceder a la factorización de un conjunto de variables. (Carmona, 2014). En el caso de la participación política en medios sociales, en este análisis se obtuvo un KMO de .861, y un $\alpha=.903$. Cabe resaltar que una vez que se terminó el análisis factorial, se obtuvieron tres factores correspondientes a diferentes tipos de usuarios de medios sociales. En el primer caso, tenemos un factor que hemos nombrado *usuario pasivo* ($\alpha=.841$), que es aquel que sólo recibe información. En el segundo y tercer caso, los usuarios pasan a replicar a otros sobre opiniones de política ($\alpha=.725$) y aquellos que comparten contenido con sus contactos ($\alpha=.755$).

En el caso del constructo eficacia política, al realizar la factorización a través del KMO se obtuvo un resultado de .805. Al calcular el Alfa de Cronbach de todos los ítems nos arrojó un resultado de $\alpha=.809$. En el caso de este constructo, existen dos factores que van organizados de la siguiente manera: Eficacia Política Interna y Eficacia Política Externa. El índice antes mencionado mantiene un Alfa de Cronbach de $\alpha=.848$. Por otra parte, en cuanto al constructo de Eficacia Política Externa -que es la habilidad que los individuos conceden a poder tener una influencia en la conciencia (Balch, 1974), marcar una diferencia y hacer cambiar de opinión a otros-, es de $\alpha=.732$. Sin embargo, en la prueba de regresión lineal utilizamos el constructo en su conjunto con la finalidad de conocer cómo incidía en la participación política en medios sociales.

2.1. De la prueba de regresión lineal

En segundo lugar, realizamos una prueba de regresión lineal por pasos sucesivos que se realizó con tal de establecer con claridad cuáles serían las variables que explicaban la participación política en línea que, de acuerdo a nuestro análisis, fueron las variables cuantitativas de participación fuera de línea, eficacia política y consumo de medios. Ninguno de estos elementos quedó fuera del modelo; por el contrario, todas ellas influyeron en el concepto de participación política en línea de los estudiantes consultados. Dentro del referido modelo identificamos que las variables explicativas son la participación política fuera de línea ($\beta = 1.290$ $p < .01$), la eficacia política ($\beta = .239$ $p < .01$) y el consumo de medios digitales ($\beta = .348$ $p < .01$). En este caso, la $R^2 = .339$, lo que nos indica que existe un alto valor predictivo de estas variables juntas que, sin embargo, tampoco son concluyentes. Cabe distinguir que en esta prueba se obtuvo un Durbin-Watson de 1.898.

Tabla 1. Variables explicativas de la participación política en línea de los estudiantes consultados en Colombia (2017)

Modelo 1	
	1
Variables	
Participación offline	1.290**
Eficacia Política	.239**
Consumo de Medios Digitales	.348**
R	.627
R cuadrado	.393
R cuadrado corregido	.390

Fuente: elaboración propia. **Nota:** Los resultados fueron estadísticamente significativos en un nivel de $+ p \leq 0.1$; $* p \leq 0.05$; $** p \leq 0.01$

Después de realizar un análisis factorial de las preguntas relacionadas con la participación política fuera de línea, y dado que no existe un prototipo o forma de participar entre las ciudadanías –como explican Barnidge *et al.* (2014); y Parra & Pinzón (2015)–, se propusieron tres perfiles de usuarios básicos, en función de sus rutinas en línea: el primero de ellos es el usuario pasivo, que es aquel que se convierte principalmente en un consumidor de información sobre política a través de los medios sociales; el segundo, por su parte, es el usuario que replica a otros, que es aquel que mantiene un nivel de interacción mayor con otros usuarios. Finalmente, tenemos el caso de aquellos usuarios que comparten contenidos, en un intento de convencer a otros sobre causas y posturas políticas determinadas.

A continuación, se presenta una correlación entre éstos tres perfiles que se han descrito y todos aquellos que constituyen acciones de participación política fuera de las redes sociales. Como se puede apreciar, en la mayoría de los casos se obtienen correlaciones positivas, si bien una de las correlaciones más positivas que se encontraron, fue también en una de las acciones que tuvieron una respuesta más positiva por parte de los usuarios. Es el caso de asistir a una conferencia, que tiene una correlación positiva con las acciones de los tres tipos de usuarios ($r = .428$ $p < .01$), ($r = .397$ $p < .01$) y ($r = .294$ $p < .01$). Aún cuando se trata de una actividad que manifestó en general pocas adhesiones por parte de los jóvenes encuestados, influir en políticas públicas también muestra una correlación positiva con la participación política fuera de línea ($r = .277$ $p < .01$), ($r = .301$ $p < .01$) y ($r = .247$ $p < .01$).

Otra de las correlaciones más sólidas fue la de firmar en una consulta pública ($r = .292$ $p < .01$), ($r = .443$ $p < .01$) y ($r = .268$ $p < .01$). Por otra parte, en el caso del voto, no se obtuvo una correlación relevante en el primer caso (Usuario pasivo), mientras que los otros dos restantes, si la encontramos ($r = .108$ $p < .05$) y ($r = .110$ $p < .01$).

Como se mencionó antes, en la mayoría de los casos existe una clara correlación entre las acciones de participación política fuera de redes sociales con aquellas acciones que se producen dentro de éstos medios. Se debe de tomar en consideración que en los datos descriptivos contamos con una baja participación en este grupo, algo que también ha sido advertido por otros autores, como por ejemplo Saldierna, Marañón & Mendoza (2017), quienes a partir de estadísticas oficiales aseguraban que, en 2015, unos cuatro de cada diez colombianos ignoraban qué era un referendo (p. 92), el cual por cierto era el instrumento de participación más conocido:

Tabla 2. Relación entre participación política en línea y fuera de línea en los estudiantes consultados en Colombia (2017)

	Usuario pasivo	Replica a otros	Comparte contenidos
Votar	.068	.108*	.110**
Mítines electorales	.201**	.240**	.170**
Apoyar una campaña	.239**	.271**	.225**
Firmar en una consulta pública	.292**	.443*	.268**
Participar en organizaciones estudiantiles	.173**	.160**	.136**
Asistir a una conferencia	.428**	.397**	.294**
Contactar a un político	.237**	.220**	.203**
Influir en políticas públicas	.277**	.301**	.247**

Colaborar en una ONG	.178**	.199**	149**
-----------------------------	--------	--------	-------

Fuente: elaboración propia. **Nota:** * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas

En este caso, se realizó una correlación entre el consumo de medios (tradicionales y digitales) con las acciones de participación política en línea. Cabe distinguir en este caso que el consumo de prensa digital encuentra una de las correlaciones más positivas con los diferentes tipos de usuarios ($r = .480$ $p < .01$), ($r = .454$ $p < .01$) y ($r = .302$ $p < .01$). Por otro lado, también el caso del consumo de revistas impresas muestra una fuerte correlación ($r = .443$ $p < .01$), ($r = .204$ $p < .01$) y ($r = .165$ $p < .01$). En este caso, puede ser posible que estar interesado e informado sobre los acontecimientos nacionales constituye un prerrequisito para participar políticamente en los medios sociales.

Tabla 3. Relación entre participación política en línea y consumo de medios de los estudiantes consultados en Colombia (2017)

	Usuario pasivo	Replica a otros	Comparte contenidos
Consumo Televisión	-.018	-.031	.009
Consumo Prensa Escrita	.239**	.194**	.149**
Consumo Prensa Digital	.480**	.454**	.302**
Consumo Radio	.231**	.208**	.168**
Consumo Revista Impresa	.243**	.204**	.165**
Consumo Blogs	.180**	.098*	.211**

Fuente: elaboración propia. **Nota:** * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas

Tabla 4. Relación entre participación política en línea y eficacia política de los estudiantes consultados en Colombia (2017)

	Usuario pasivo	Replica a otros	Comparte contenidos
Mi voto hace la diferencia	.162**	.119**	.050
La información que comparto es de calidad	.276**	.241**	.221**
Información que comparto puede crear coincidencias	.301**	.295**	.293**
Puedo hacer la diferencia si participo	.363**	.357**	.275**
Puedo influir en lo que hace el gobierno	.233**	.220**	.185**
Puedo influir en los partidos políticos	.193**	.183*	.167**
Puedo influir en lo que hacen los candidatos	.241**	.225**	.214**
Los comentarios que publico pueden cambiar opiniones	.348**	.323**	.331**

Fuente: elaboración propia. **Nota:** * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas

En este caso podemos notar que prácticamente todas las preguntas que fueron incluidas en el cuestionario en materia de eficacia política, correlacionaron con las tres maneras de participar

políticamente en los medios sociales. En especial la afirmación de “Puedo hacer la diferencia si participo” mantiene una correlación positiva ($r = .363$ $p < .01$), ($r = .357$ $p < .01$) y ($r = .275$ $p < .01$). También es importante notar que la noción de que aquello que publican los usuarios puede contribuir a que otros cambien de opinión, tiene también una correlación positiva con las tres formas de participación en línea: ($r = .348$ $p < .01$), ($r = .323$ $p < .01$) y ($r = .331$ $p < .01$).

Cabe distinguir que el sentimiento de eficacia política, que es la convicción que tienen los jóvenes sobre la importancia de su contribución individual, es importante en el momento en que deciden externar con otros comentarios o compartir contenido a través de los medios sociales.

4. Conclusiones

En términos generales, dentro de uno de los objetivos específicos –con el que nos planteamos contrastar el consumo de medios en línea y fuera de línea-, nos encontramos con que al igual que el estudio previo que realizaron De la Garza & Barredo (2017) sobre los jóvenes universitarios ecuatorianos, los colombianos mantienen un bajo consumo de medios tradicionales (de forma más notable la televisión), que también amerita una confianza que podemos catalogar de baja. Sin embargo, tal como se afirmó en el estudio que ha sido referenciado, la baja confianza que se manifiesta en los medios convencionales, no se traslada de forma automática a los medios sociales, algo que ha sido asimismo verificado en el contexto colombiano, según se muestra en las páginas anteriores.

En cuanto a otro de los objetivos trazados, en el que establecimos nuestro interés en estudiar la relación entre participación política, consumo de medios digitales y la eficacia política, resulta posible argüir que la correlación positiva que se tiene entre el consumo de medios digitales con la participación política tradicional puede demostrar que, entre mayor contacto tienen los estudiantes con la información que circula en estos medios, mayor podría ser su propensión a compartir contenidos en los medios sociales. Por consiguiente, la correlación positiva entre participación política y eficacia política nos indica que existe una relación entre la capacidad que considera el individuo de cambiar el estado de cosas con el que se enfrenta.

En cuanto al objetivo de identificar los mecanismos de participación, no deja de ser notable que la participación política fuera de línea es escasa; fuera del voto, encontramos una falta de implicación en este grupo estratégico de la democracia colombiana. Y aquí cabría preguntarse en qué medida han sido eficaces los impulsos reformistas de la Constitución de 1991, con la que se pretendía estimular una democracia participativa (Guzmán, González & Eversley, 2017). Y esto es especialmente importante, sobre todo porque en este trabajo hemos demostrado el vínculo existente entre la participación política en línea y fuera de línea y la eficacia política, es decir, la sensación que tiene el individuo de poder mejorar las problemáticas sociales que le rodean.

Pero la falta de participación observadas –en línea y fuera de línea–, induce un interesante escenario para aquellas fuerzas políticas que aspiren a canalizar el descontento, y a vehicular las formas de participación no mediada por las instituciones, toda vez que la falta de integración de los jóvenes en el sistema colombiano no equivale a su desmovilización, como explican Patiño, Alvarado & Ospina (2014) y como se observó, por ejemplo, en las manifestaciones estudiantiles contra la Ley 30 propuesta por el presidente Juan Manuel Santos (Sánchez González, 2012).

Uno de los retos a los que se enfrenta Colombia, entonces, es la transformación del discurso contrahegemónico en un discurso disidente, es decir, en la necesidad de introducir el disenso como una forma de alcanzar acuerdos o consensos sociales. Sobre todo, entre los jóvenes porque, como describen Ortiz & Orozco (2015), si bien todavía sus rutinas no son características de toda la sociedad, en la medida en que se produzca el cambio generacional dichos discursos se irán generalizando.

Según el análisis presentado en las páginas anteriores, con respecto de la participación política en línea, hemos identificado entre los jóvenes universitarios a un usuario pasivo que recibe información, pero que no necesariamente la difunde o interactúa con ella. De esta manera, se percibe un escenario integrado por jóvenes que denotan un bajo grado de eficacia política, desinteresados, en conclusión, por los asuntos públicos y que es, por su parte, sintomático en un país donde las demandas de las organizaciones sociales y los planes de gestión de los representantes políticos suelen estar desconectados (Parra & Pinzón, 2015).

Los resultados anteriores, con todo, tienen algunas limitaciones relacionadas tanto con la recogida de los mismos (al ser un muestreo no probabilístico), como en el hecho de que los jóvenes universitarios no representan, en general, a todos los jóvenes colombianos.

Pero al igual que en el caso que se reporta en De la Garza & Barredo (2017), la relación entre participación política dentro y fuera de línea se encuentra íntimamente relacionada, aún cuando la misma es relativamente escasa en el caso de los jóvenes colombianos que participaron en el estudio. No obstante, lo anterior, aún tomando en cuenta este factor, es un hecho que la relación y complementariedad entre estas categorías es un claro indicio de que la participación política en línea se ha convertido en una forma de participación política en sí misma, que puede potencializar formas convencionales de participación (De la Garza, Barredo & Arcila, 2017) y de ciudadanía (Barnidge *et al.*, 2014). La regresión lineal permitió establecer que, hasta cierto punto, una se convierte en un factor explicativo de la otra.

- **Investigación financiada.** Este artículo es producto del proyecto de I+D titulado “Esfera pública y participación ciudadana: un abordaje de la construcción de la interacción en los principales cibermedios colombianos (2016)”, dirigido por el profesor Daniel Barredo y financiado por el fondo de proyectos de Gran Cuantía de la Universidad del Rosario (2017 – 2019). Asimismo, también se enmarca en las actividades investigativas del proyecto de I+D “La influencia de la audiencia en la innovación periodística y gestión de la participación: riesgos y oportunidades”, con referencia CSO2015-64955-C4-3-R, bajo la dirección de la profesora María Bella Palomo Torres y financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España.

5. Notas

[1] A través de esta reforma legislativa, el presidente Santos pretendía introducir “el ánimo de lucro en la educación” (Sánchez González, 2012: 117), de tal modo que causó un profundo rechazo entre diversas organizaciones estudiantiles.

6. Referencias

Aguilar, N. & Muñoz, G. (2015). La condición juvenil en Colombia: entre violencia estructural y acción colectiva. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1021-1035.

- Aguilera, J. (2017). "Redes y movimientos sociales, el caso del paro nacional agrario en Colombia". En Arcila, C.; Barredo, D. & Castro, C. (Eds.). *Comunicación digital: Participación y movimientos sociales en América Latina* <pp. 25 - 56>. La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Arellano, I. L. (2013). Medios electrónicos de comunicación, poderes fácticos y su impacto en la democracia en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas Y Sociales*, 58(217), 253-258.
- Asela, J. E. (2014). La descentralización en Colombia, ¿realidad o espejismo? Consideraciones sobre la actualidad del proceso. *Revista CEA*, 1(1), 65 - 74.
- Balch, G. (1974). Multiple Indicators in Survey Research: The Concept 'Sense of Political Efficacy'. *Political Methodology*, 1(2), 1-43.
- Barnidge, M.; Macafee, T.; Álvarez, G. & Rojas, H. (2014). Citizenship and political participation in Colombia: How orientations toward citizenship associate with political and civic behaviors. *International Journal of Communication*, 8, 1831 - 1850.
- Barredo, D. (2013). La crisis de credibilidad de las organizaciones periodísticas. *Poliantea*, 9(16), 101-126.
- Barredo, D. & Díaz, E. (2017). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cybermedios de Colombia, México y Ecuador (2016). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 273 - 294.
- Barredo, D.; De la Garza, D. & Díaz, E. (2016). "Pautas para entender la autocensura de los periodistas colombianos". En Barredo, D. & Henríquez, P. (Coords.). *Reflexiones desde la comunicación y la cultura. Medios, identidades, formación*. Manta: Editorial Mar Abierto.
- Bode, L., Vraga, E. K., Borah, P. & Shah, D. V. (2014). A New Space for Political Behavior: Political Social Networking and its Democratic Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 414-429.
- Brady, H., Verba, S. & Lehman, K. (1995). Beyond Ses: A Resource Model of Political Participation. *The American Political Science Review*, 89(2), 271-294.
- Cárdenas, J. (2016). Cubrimiento mediático de las elecciones locales de 2015 en Colombia: entre la opacidad política y el centralismo informativo. *Paper Político*, 21(2), 319-324.
- Carmona, F. (2014). Un ejemplo de ACP, paso a paso. Recuperado de: <http://www.ub.edu/stat/docencia/Mates/ejemploACP.PDF>
- Casero, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar*, 39(XX), 151 - 158.
- Cassany, D. (2013). *En línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona, España: Anagrama.
- CEPAL (2015). Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Colprensa (2017, 1 de noviembre). Polémica por la candidatura presidencial de 'Timochenko'. Consultado el 25/11/2017 de: <https://www.elheraldo.co/politica/polemica-por-la-candidatura-presidencial-de-timochenko-418025>

- Conroy, M., Feezell, J. & Guerrero, M. (2012). Facebook and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1535-1546.
- De la Garza, D. & Barredo, D. (2017). Democracia digital en México: un estudio sobre la participación de los jóvenes usuarios mexicanos durante las elecciones legislativas federales de 2015. *index.comunicación*, 7(1), 95 - 114.
- De la Garza, D.; Barredo, D. & Arcila, C. (2017). "Participación política y medios de comunicación. Un estudio sobre los jóvenes ecuatorianos". En Arcila, C.; Barredo, D. & Castro, C. (Eds.). *Comunicación digital: Participación y movimientos sociales en América Latina*, pp. 93 - 110. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Delarbre, R. (2011). ¿Hacia una política 2.0? Potencialidades y límites de la red de redes. *Nueva Sociedad*, 235, 62-73.
- Escobar, C.; Arana, R. & McCann, J. (2015). Expatriate voting and migrants' place of residence: Explaining transnational participation in Colombian elections. *Migration Studies*, 3(1), 1 - 31.
- Estrada, M. (1995). Participación política y actores colectivos. Distrito Federal: Plaza y Valdés.
- Galindo, L. (2016). Dinámicas transnacionales en tiempos de Internet: jóvenes, movilización y apropiación de Facebook en Colombia y en Brasil. *Desidades*, 12(4), 8 - 16.
- García, J. R. & Salcedo, L. (2015). La desafección política en Colombia: un análisis sistémico al respecto. *Económicas CUC*, 36(2), 49 - 65.
- García, J. R.; Sánchez, P. A. & Salcedo, L. (2017). Retos y desafíos de la democracia en Colombia: Una revisión desde la Academia. *Revista Espacios*, 38(38). Consultado el 09/09/2017 de: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n38/a17v38n38p20.pdf>
- Gaviria, A.; Panizza, U & Seddon, J. (2015). Economic, Social and Demographic Determinants of Political Participation in Latin America: Evidence from the 1990s. *Latin America Journal of Economic Development*, 2(3), 151 - 182.
- Gil de Zúñiga, H.; Veenstra, A.; Vraga, E. & Shah, D. (2010). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1), 36-51.
- Giraldo, C. (2006). La participación política y el abstencionismo electoral en Colombia, análisis desde de la sociología del Derecho. *Ratio Juris*, 2(4), 71-81.
- Gómez, S., Tejera, H. y Aguilar, J. (2013). La cultura política de los jóvenes en México. Distrito Federal: Colegio de México.
- Gutiérrez Coba, L.; Prada, R.; Valderrama, J. et al. (2010). Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos. *Investigación y Desarrollo*, 18(1), 24 - 43.
- Guzmán, C.; González, R. & Eversley, F. (2017). Liberalización y re-democratización. De la representación a la participación política en Colombia a veinticinco años de la Constitución de 1991. *Historia Caribe*, XII (31), 327 - 353.
- Holt, K., Shehata, A., Stromback, J. & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1), 19-34.

- Ikeda, K., Richey, S. & Teresi, H. (2013). Browsing Alone: The Differential Impact of Internet Platforms on Political Participation. *Japanese Journal of Political Science*, 14, 305-319.
- Kushin, M. T. & Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election. *Mass Communication & Society*, 13(5), 608-630.
- Lankshear, C. & Knobel, M. (2010). *Nuevos alfabetismos. Su práctica cotidiana y el aprendizaje en el aula* (segunda edición). Madrid: Ministerio de Educación / Morata.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- MINTIC (2017). Boletín Trimestral de las TIC. Cifras Segundo Trimestre de 2017. Consultado el 25/22/2017 de: http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-61583_presentacion_cifras.pdf
- Moeller, J., de Vreese, C., Esser, F. & Kunz, R. (2014). Pathway to Political Participation: The Influence of Online and Offline News Media on Internal Efficacy and Turnout of First-Time Voters. *American Behavioral Scientist*, 58(5) 689-700.
- Moreno, C. (2012). Los efectos de las campañas electorales sobre el sentimiento de eficacia política. *Revista Española de Ciencia Política*, (30), 55-74.
- Narváez, A. (2013). Mercado de medios y esfera pública en Colombia. *Revista Eptic*, 15(1), 49-66.
- Orozco, M. M. & Ortiz, A. (2014). Deliberación: actividad política en internet y redes sociales en Colombia. *Panorama*, 8(15), 91-100.
- Ortiz, A. & Orozco, M. M. (2015). Involucramiento, participación política y tipología del consumo de medios en Colombia. *Signo y Pensamiento*, 34(66), 80-94.
- Oser, J., Hooghe, M. & Marien, S. (2013). Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification. *Political Research Quarterly*, 66 (1), 91-101.
- Park, N., Kee, K. & Valenzuela, S. (2009). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, 12 (6), 729-733.
- Parra, E. & Pinzón, N. J. (2015). Entre la Representación y la Movilización: Escenarios de Participación en Colombia (1991 – 2014). *Reflexión Política*, 17(34), 60 - 73.
- Patiño, J.; Alvarado, S. V. & Ospina, M. C. (2014). Ampliación de sentidos sobre las prácticas políticas de jóvenes con vinculación a siete movimientos sociales en Colombia. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 12(1), 257 - 275.
- Pécaut, D. (1999). Configuraciones del espacio, el tiempo y la subjetividad en un contexto de terror: el caso colombiano. *Revista Colombiana de Antropología*, 35, 8 - 35.
- Puig, E. & Rojas, H. (2015). Silencing Political Opinions: An Assessment of the Influence of Geopolitical Contexts in Colombia. *Communication Research*, 1 - 28.
- Saldarriaga, D. C. & Gómez, M. I. (2015). Mujeres víctimas del genocidio contra la unión patriótica: ¿es posible su reparación integral? *Ratio Juris*, 10(21), 95-138.

Sánchez González, D. (2012). "¿Cómo ha sido la vuelta? Breves notas sobre la organización y el movimiento juvenil colombiano". En Rodríguez, E. (Ed.). *Movimientos juveniles en América Latina y el Caribe: entre la tradición y la innovación* <pp. 109 - 120>. Lima, Perú: Secretaría Nacional de Juventud.

Tavakol, M. & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.

Taylor, L. K.; Nilsson, M. & Amezquita, B. (2016). Reconstructing the social fabric amid ongoing violence: attitudes toward reconciliation and structural transformation in Colombia. *Peacebuilding*, 4(1), 83-98.

Vázquez, M. & Cuervo, M. (2014). Participo (online), luego existo. Un análisis de la participación social y política a través de Internet en España. *Empiria: Revista de Metodología y Ciencias Sociales*, 28, 13-33.

Verba, S. (1962). Political Participation and Strategies of Influence: A Comparative Study. *Acta Sociologica*, 6(1/2) 22-42. Recuperado desde <http://www.jstor.org/stable/4193549>

Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38(3) 466-470.

Villamil, J. (2017). *La rebelión de las audiencias*. Ciudad de México: Grijalbo

Zittel, T. (2007). "Democratic reform and political participation: two theoretical perspectives". En Zittel, T. & Fuchs, D. (Eds.). *Participatory Democracy and Political Participation. Can participatory engineering bring citizens back in?* (pp. 7-28). Nueva York: Routledge.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

D Barredo Ibáñez, DJ de la Garza Montemayor, DL Días (2018): "La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia". *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 945 a 960.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1290/49es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2018-1290](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1290)

- En el interior de un texto:

...D Barredo Ibáñez, DJ de la Garza Montemayor, DL Días (2018: 945 a 960)...

O

...D Barredo Ibáñez *et al*, 2018 (945 a 960)...

Article received on 10 December 2017. Accepted on 11 May.
Published on 19 May 2018.