

## Los medios y la política. Estructuras de oportunidad para la acción colectiva

Marina Acosta y Silvia Demirdjian\*

### Introducción

Parece una tautología afirmar que algunos acontecimientos específicos reciben un alto potencial de cobertura mediática. Desde mediados del siglo XX diversos estudios sobre el proceso productivo de las noticias han dado cuenta de las distintas operaciones llevadas a cabo por los medios de comunicación en su función social de construcción de la realidad. Los conceptos de *gatekeeping* y *newsmaking* han sido útiles para explorar y describir la dinámica que siguen los acontecimientos para adquirir la categoría pública de noticia.

El gran aporte de la teoría de la *agenda-setting* de Donald Shaw y Maxell McCombs, en 1972, en Estados Unidos abrió una línea de investigación sobre las intersecciones y vinculaciones entre el sistema político y los medios. La posterior problematización del alemán Niklas Luhmann (2000), desde la teoría de los sistemas sociales, y el desarrollo de la teoría de la tematización evidenció la interdependencia de las tres instancias que la componen: el sistema político, el sistema de medios y la opinión pública. Sobre esta última, el planteo luhmanniano la concibió como una estructura temática selectiva que funciona como guía del sistema político en su función de tomar decisiones vinculantes para el colectivo social.

Estudios más recientes, desde el campo de la sociología, han tratado de avanzar en dicha relación complejizando el debate sobre la acción colectiva. Nuestro trabajo pretende relacionar las nociones de estructura de oportunidad política (EOP), derivada del campo de la sociología política, con la de estructura de oportunidad mediática (EOM), derivada del campo de la comunicación. Nuestro análisis propone contribuir al desarrollo del cruce teórico que se puede establecer entre ambas nociones. Con ello partimos de la premisa que sostiene que “las condiciones de éxito político dependen

---

\* Marina Acosta es Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Magister en Comunicación (Universidad Iberoamericana de México), Lic. en Ciencias de la Comunicación. Docente e investigadora del Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe-Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Profesora Adjunta en la Universidad Nacional de La Matanza. E-mail: maruacosta@hotmail.com

Silvia Demirdjian es Doctoranda en Sociología (Universidad Autónoma de Barcelona), Magíster en Investigación en Sociología (UAB), Lic. en Ciencia Política. Docente e investigadora del Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe. E-mail: siltriz@yahoo.com.ar

inexorablemente de las condiciones de visibilidad mediática y viceversa” (Sampedro *et al.*, 1998: 32). En otras palabras, una estructura de oportunidad favorable en las agendas de los medios es fundamental para lograr un lugar en las agendas públicas que permita llamar la atención de un tema para, posteriormente, acceder a la agenda política.

A tal fin, presentamos ambas estructuras de oportunidad bajo la presuposición de que mantienen un carácter relacional. Avanzamos en esta línea de investigación bajo la constatación de los escasos trabajos realizados sobre este campo.

### **Oportunidades políticas**

La literatura que aborda la dimensión del proceso político en el cual desarrollan los movimientos sociales la acción colectiva introduce la noción de EOP y aporta vastos trabajos teóricos y empíricos sobre ella, inicialmente en Estados Unidos y Europa. Según en qué autor se repare, los análisis se dividen en aquellos que: a) estudian las condiciones sociopolíticas que permiten a los movimientos sociales desarrollarse y en este sentido valoran como un éxito o fracaso el impacto político que éstos puedan tener (McAdam *et al.*, 1982); b) estudian las condiciones que les permiten lograr ciertos objetivos políticos (Tarrow, 1989; 1997; Tilly, 1978). Estos y otros autores (Kitschelt 1986; Kriesi, 1992) creen que el análisis del sistema político es central para explicar tanto las razones de aparición de los movimientos sociales como sus oportunidades de éxito o fracaso.

Desde su dimensión nacional, la EOP ayuda o limita el surgimiento de la acción colectiva de los movimientos sociales conforme al grado de acceso que el grupo tiene en el proceso de toma de decisiones públicas, los posibles aliados y oponentes y el nivel de cohesión de las élites dominantes (Tarrow, 2004: 29). La EOP hace referencia a los factores externos al grupo social que reduce los costos de su acción a la vez que permite descubrir potenciales aliados. Dichos factores aparecen en coyunturas de cambio y genera, entonces, oportunidades/incentivos para que el grupo social pueda articularse con las élites gubernamentales, con aliados influyentes y con el tiempo del contexto internacional (*world time*). Enfocados en este nivel doméstico se han postulado las siguientes dimensiones para la estructura de oportunidad: 1) el grado de acceso político formal al proceso de toma de decisiones; 2) el grado de estabilidad de las preferencias

políticas; 3) la disponibilidad y posición estratégica de los potenciales aliados u oponentes y 4) el nivel de unidad de las élites dominantes (Tarrow, 1983; 1989).

La EOP representa, entonces, el contexto que ofrece el sistema político en forma de límites y posibilidades a la acción colectiva en un determinado momento. A su vez, puede resultar modificada por la propia acción colectiva; generalmente ello ocurre de forma parcial. Sin embargo, cuando se produce de forma amplia y radical, el conflicto político que origina a la acción cristaliza en cambio social (Sztompka, 1995)

Algunos estudios también reconocen la existencia de presiones provenientes del exterior que influyen en las estructuras domésticas de oportunidad política (Klandermans, 1997; Oberschall, 1996; Tarrow, 2005). Estas presiones externas pueden resultar del impacto de las redes transnacionales de cabildeo e influencia que “trabajan internacionalmente en favor de un asunto y que se mantienen unidos por un discurso común, por valores que se comparten, y por un gran número de intercambios de información y servicios” (Keck y Sikkink, 1999: 405). Por cierto, el concepto de *estructura de oportunidades* también ha sido estudiado en relación al nivel transnacional para arrojar luz a la problemática de la acción colectiva en ese nivel y de forma complementaria, ya que la actuación puede derivar en múltiples estrategias conforme se utilizan tanto los contextos nacionales como los internacionales (della Porta y Diani, 2006; della Porta y Tarrow, 2005). Dependiendo entonces del grado de apertura o clausura del sistema político, la acción de las redes de *advocacy* pueden adquirir la forma de *lobby* (cabildeo), otras formas de participación institucional (comités de consulta, foros públicos, campañas cívicas, etc.) hasta formas de presión social (huelgas, protestas).

### **Oportunidades mediáticas**

La literatura sobre la EOM es escasa. Sobresalen los trabajos de la academia española que ha avanzado en su definición (Jerez et. al, 2008; Sampedro, 1997; 2004; 2005; Sampedro et. al, 2002). Recientemente también se han publicado algunos trabajos que conceptualizan una nueva estructura de oportunidades. Éstos se centran en la explicación de un concepto amplio que resulta parcialmente independiente de la EOP, el cual es denominado *estructura de oportunidad de mediación*. La misma se compone de la

EOM, la estructura de oportunidades discursiva y la estructura de oportunidades en red (Cammaerts, 2012).

Los medios de comunicación se presentan como uno de los pilares fundamentales a través de los cuales la sociedad produce sentido. Como constructores de la realidad, los medios se convierten en mediadores necesarios de la sociedad para articular la experiencia de vida concreta de los sujetos. Al mismo tiempo, poseen una gran capacidad para introducirse en otros sistemas sociales que les permite no sólo imponer su lógica de funcionamiento sino además realizar descripciones que derivan en la tematización de la realidad, la producción discursiva de sentido y la construcción de imaginarios sociales (Luhmann, 2000; Verón, 2002).

Pero no sólo eso, los *media* son antes que nada empresas que como cualquier otra persigue intereses económicos y comerciales (Nieto e Iglesias, 2000). Ya en su clásica obra, Jürgen Habermas advertía la privatización del espacio público y la configuración capitalista de los medios de comunicación, en otro tiempo punta de lanza para el desarrollo de una opinión pública crítica. Tal advertencia no debe pasar desapercibida. Si no se la tiene en cuenta no puede comprenderse por qué los medios abren o cierran sus líneas editoriales a ciertos *issues*.

La explicación se complejiza si introducimos la idea de que además de ser actores económicos, los medios son actores políticos. En otras palabras, la función de los medios no se limita sólo a buscar el lucro sino también la influencia pues generan opinión y producen efectos cognitivos en quienes los consumen. Como observa Héctor Borrat, “no se trata de que el público piense igual al medio, aunque muchas veces suceda así, sino de que hable, comente, tenga opinión y otorgue importancia a los mismos temas y con la misma intensidad que el medio” (2006: 57). El poder de los medios de comunicación descansa en la idea de su representación social (González Broquen, 2011; Luhmann, 2000; Tuchman, 1978; Rodrigo Alsina, 1996).

La influencia puede ser ejercida a través de la tematización de realidad que es “el proceso de definición, establecimiento y reconocimiento público de los grandes temas, los grandes problemas políticos que constituyen la opinión pública, mediante la acción determinante de los medios de comunicación” (Saperas, 1987: 92). En ese proceso, las voces hegemónicas son mejor ponderadas en la construcción mediática que las subalternas, tal es el caso de los movimientos sociales o de cualquier otra

organización de la sociedad civil (OSC) que amenace el *statu quo* (Sampedro, 2004)†. De allí que para muchos movimientos y organizaciones la llegada a los medios y su tematización esté obturada.

La estructura de oportunidad mediática se refiere al “contexto en el que se produce la apertura de las líneas editoriales e informativas a los actores sociales. Son las condiciones en las cuales los medios convencionales recogen las demandas de distintos colectivos” (Sampedro, 2005: 236). Cabe destacar que, en esta visión, la EOM se restringe al papel que cumple exclusivamente la prensa gráfica en la construcción de la agenda mediática.

Empero, en las nuevas sociedades de la información y el conocimiento, la acción colectiva suele tener como epicentro el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (Castells, 2010; 2012). Esto permite afirmar, por un lado, el uso de las redes como herramientas de participación política y por otro, que las TIC no son sólo un canal fundamental de expresión de los movimientos sociales sino además un componente relevante para comprender su configuración. Los desarrollos de la plataforma conocida como Internet hicieron resurgir la idea del ensanchamiento del espacio público, una gran plaza pública, para la participación ciudadana que genera, indefectiblemente, un mayor acceso a la información pública (Bucy y Gregson, 2001; Goldberg, 2010; Norris, 2001; Sampedro, 2005)‡. A estas alturas, la pregunta de rigor es si la red constituye una nueva estructura de oportunidad para la acción colectiva.

### **Estructuras de oportunidad relacionales**

Por sus características masivas, los medios resultan particularmente relevantes para los movimientos sociales puesto que, como hemos visto, tienen la capacidad de dirigir el proceso de formación de la opinión pública que resulta un componente crucial de la acción colectiva (della Porta y Diani, 2006: 168).

A esto hay que sumar las alianzas que los medios guardan, en diferentes momentos, con ciertos sectores del sistema político. Los medios desarrollan un poder de influencia que descansa en la idea de que no mandan pero influyen en los que

mandan. Es decir, afectan al proceso de toma de decisiones del sistema político. Como hemos dicho *ut supra*, a partir de la teoría luhmanniana, la presencia de los medios de comunicación es un componente indispensable de los complejos sistemas políticos modernos, pues representan no sólo un elemento clave en el sistema neurálgico de la política sino que además se convierten en referentes insoslayables a la hora de determinar la profundidad de los intentos de la élites de manipular (social y políticamente) a los grupos sociales.

Las agendas del sistema político y la de los medios de comunicación expresan la distribución de una forma de poder. Este poder -control de agenda- se traduce en la capacidad para visibilizar un problema social, atribuirle importancia y fijar su posible solución (Sampedro, 1996). Pues bien, consideramos necesario precisar algunas cuestiones que clarifiquen el concepto de EOM. En esta medida sostenemos que la EOM puede o bien funcionar en sintonía con la EOP o bien hacerlo de manera más o menos autónoma. El primer caso ocurre cuando los intereses del sistema político y los de los medios de comunicación coinciden, de manera que ciertas problemáticas movilizadas por organizaciones, redes y movimientos sociales, son recogidas y visibilizadas por las agendas de los medios.

La relativa autonomía de la EOM, en cambio, puede construirse a partir de dos situaciones: a) en una coyuntura de tensión (cualquiera sea la causa) entre el sistema de medios y el sistema político. En ese caso, los medios serán sumamente permeables a las demandas de los actores de la sociedad civil; b) cuando el *issue* a tematizar, a partir de la reivindicación que genera la acción colectiva, reporte o implique algún tipo de beneficio (político o económico) a la propia estructura mediática. Esta segunda situación se correspondería con los estudios que postulan que los medios pueden constituirse en “espacios de oposición” (Rojecky citado en Sampedro, 1996) en tanto tematizan las demandas de ciertos actores de la sociedad civil, marginados de las agendas de los tomadores de decisión. A partir de esto último, Sampedro (1996; 2001) distingue tres tipos ideales de vinculación entre el poder político y el poder comunicativo:

		<b>Esfera Política</b>	<b>Esfera Informativa</b>
<b>Modelo de poder</b>	<b>Fuente de control</b>	a) Inactividad	a)Silencio

Elitismo puro	Control elitista	b) Coerción	b) Marginación
Pluralismo	Movilización	Innovación política	Acceso Cobertura favorable
Elitismo Institucional	Dinámicas institucionales	a) Cooptación b) Institucionalización del conflicto	a) Trivialización b) Indiferencia

Fuente: Sampetro (1996; 2000).

1) En el *elitismo puro*, las élites controlan la agenda política y el poder comunicativo están en manos de la clase dominante. Los medios resaltan la “anormalidad” de aquellos grupos que cuestionan el *status quo*, favoreciendo a las élites. Por tal motivo, algunas OSC ven a los medios como una necesaria plataforma de expresión o como un enemigo.

2) El *pluralismo* entiende que la información es un recurso que pueden movilizar aquellos actores que cuenten con el suficiente nivel organizativo y apoyo público. Este modelo garantiza que las agendas mediáticas puedan ser construidas por los diferentes grupos de interés en competencia. De todas maneras, persiste el sustrato instrumentalista de los medios-como en el elitismo puro- en tanto se los considera como una herramienta más que está a disposición de cualquier grupo socialmente representativo.

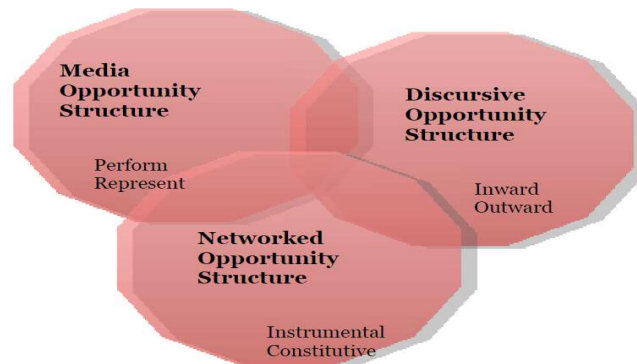
3) En el modelo del *nuevo institucionalismo* las agendas ya no son fijadas por las élites poderosas (elitismo puro) o por la competición abierta de distintos grupos de interés (pluralismo), sino a partir de una arena estructurada por el mapa institucional en el que se actúa.

Este modelo de análisis refuerza la idea de que las agendas políticas e informativas guardan un paralelismo que cuestiona la independencia que les atribuye la teoría de la democracia (Sampetro, 1996) y, por otro lado, puede ser puesto en relación con las funciones que cumplen los medios en las sociedades de la información (Castells, 2010). Por un lado, una función axiológica referida a la construcción de un marco valorativo a partir del cual se ordenan las conductas y se legitima a un orden político dado; por otro, una función socio-política que incluye la incorporación de nuevos actores políticos y sociales y la extensión o consideración de sus derechos políticos y

civiles (Menéndez, 2009: 149-152). Estas funciones producen efectos en el sistema político.

Por último, resulta necesario complementar el concepto de EOM ya que como hemos visto se restringe a observar las líneas editoriales de la prensa gráfica. En esta dirección, Cammaerts (2012) aporta una nueva conceptualización que vincula la estructura de oportunidad en red, la estructura de oportunidad discursiva y la estructura de oportunidad mediática integradas en la noción de *estructura de oportunidad de mediación*:

**Gráfico 1: Estructura de oportunidad de mediación**



Fuente: Cammaerts (2012).

El modelo conceptual de *estructura de oportunidad de mediación* se plantea como una hibridación entre las teorías de la mediación (Martín-Barbero, 1991), las teorías de los movimientos sociales y las ventanas de oportunidades que ofrecen las estructuras políticas a la acción colectiva (della Porta y Dianni, 2006; Tarrow, 2005; Tilly, 2004). Desde esta perspectiva, los actores sociales persiguen amplificar sus demandas y captar el interés del espectro político para que tome en cuenta sus reivindicaciones y así incidir en las políticas públicas.

La dimensión discursiva de la estructura de mediación busca recuperar la importancia del rol que el discurso cumple en la configuración y desarrollo de la disputa social y política. Los movimientos sociales y los repertorios de acción que desarrollan en la contienda política dan batalla en el campo de lo simbólico. Complementamos, empero, el planteo de Cammaerts desde otro enfoque. Recientemente, en el campo de la



ciencia política se ha desarrollado una línea de investigación que informa sobre el poder de las ideas y discursos al momento de establecer políticas públicas. Los discursos tienen la posibilidad de transmitir programas y políticas que representan el interés de la ideología dominante y lo hacen de dos formas: a) mediante un discurso de coordinación (que se da entre actores políticos) y mediante un discurso comunicativo (que se produce cuando los actores políticos deben transmitir al público en general las decisiones adoptadas). Pero, a su vez, también permiten construir y vehicular ideas contrahegemónicas; por caso, las reivindicaciones de los movimientos sociales. De tal modo, la deliberación y la comunicación, que integran sucesivamente dos momentos de la acción pública, poseen una dimensión discursiva (Schmidt, 2008; 2009; 2014).

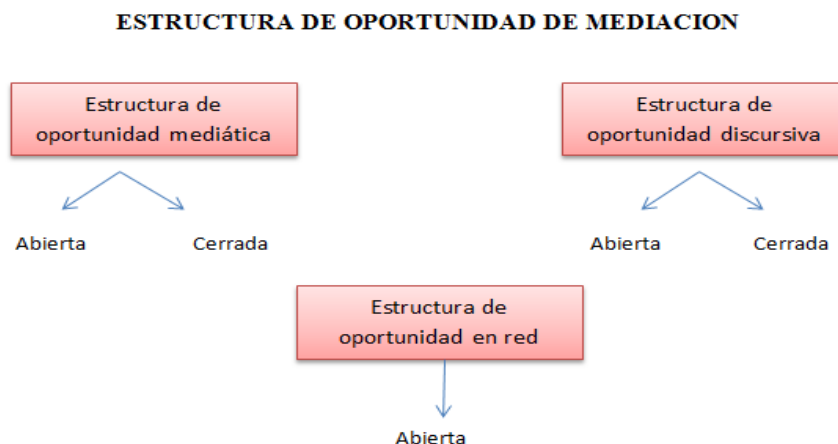
El modelo postula, además, que los movimientos sociales recurren a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación para amplificar las bases de sustento de su protesta (estructura de oportunidad en red). Sin embargo, Cammaerts (2012) advierte sobre el doble efecto que puede tener la *estructura de oportunidad de mediación*: puede expandir y vigorizar el activismo pero también cercenar u obturar la acción colectiva conforme los tipos de vínculos y relaciones entre las estructuras que integran la oportunidad de mediación. Creemos, en cambio, que las redes digitales siempre están abiertas y constituyen una nueva vía de participación ciudadana que, a su vez, cobra un nuevo valor en términos de activismo y deliberación sobre los asuntos públicos (del Campo García y Resina de la Fuente, 2010; Sampedro y Resina de la Fuente, 2010; Resina de la Fuente, 2010).

Finalmente, se constata una cierta “maduración comunicacional” de los movimientos sociales mucho más sólida de la que pueden tener otros actores sociales tales como partidos políticos o sindicatos, por nombrar sólo algunos (Barranquero, 2014)<sup>§</sup>. No obstante, consideramos insoslayable mencionar el buen uso que han hecho de las plataformas digitales un conjunto de nuevos partidos políticos surgidos en distintas latitudes y a veces en las antípodas del arco ideológico. Éstos han podido configurarse, crecer e incrementar su participación no solo en los escaños públicos sino también al frente de las administraciones locales y estatales. Más precisamente,

aquellos partidos que proviniendo del movimiento social han devenido movimiento político representan la clara evidencia de una similar maduración.

### Reflexiones finales

Con lo expuesto hasta aquí, es posible brindar resumidamente algunos elementos que surgen de la problematización. La *estructura de oportunidad de mediación* constituye un modelo que permite estudiar con mayor profundidad la relación entre movimientos sociales y medios de comunicación. A resultas de ello, proponemos una sistematización que ordene e informe el vínculo que se establece entre política y comunicación, en función de las condiciones de apertura o clausura. El siguiente esquema sintetiza esta propuesta:



Fuente: Adaptación Cammaerts (2012).

De acuerdo al gráfico, podemos decir primero que la EOM estará abierta o cerrada a partir de las vinculaciones entre el poder político y el poder comunicativo, los movimientos sociales podrán o no acceder a las agendas de los medios. De allí que se los utilice como plataforma de expresión o como enemigo.

Por otra parte, la estructura de oportunidad discursiva se define por el clima de opinión que puede constreñir o acompañar las demandas y reivindicaciones que levanta la acción colectiva. De allí que la construcción y difusión de un discurso

contrahegemónico (dispositivo que vehiculiza ideas alternativas al orden vigente) sea la piedra angular para que en el seno de esta estructura de oportunidad se despliegue el potencial de cambio.

Asimismo, las demandas que no encuentran recepción en la prensa gráfica tienen, en la estructura de oportunidad en red, la posibilidad de conformar contra espacios discursivos. Es esta dimensión de la estructura de oportunidad de mediación la que representa el mayor espacio de reivindicación democrática, como hemos advertido. Por su naturaleza constituye una esfera siempre disponible para el activismo social.

Consecuentemente los actores colectivos recurren a las ventanas que identifican disponibles (abiertas) entre las distintas dimensiones de la estructura de oportunidad política y de mediación, para el despliegue de sus estrategias y consecución de sus reivindicaciones. Asimismo, y como ya han advertido estudios de referencia mencionados, el carácter relacional y la propia capacidad de la agencia social puede lograr en casos de éxito político la apertura de instancias poco permeables y cerradas del contexto de la contienda.

## NOTAS

1. Sampedro (2004) señala que, en términos teóricos, los medios recurren a la *oposición binaria* que se encuentra en la base de toda identidad social por lo que sobre ciertos temas distinguen la discordia/el consenso, el conflicto/la armonía, el enfrentamiento/el acuerdo.
2. Conviene aclarar, sin embargo, que las discusiones sobre tal potencial de Internet como instrumento de participación política encuentran dos posiciones antagónicas: las *ciberoptimistas* y las *ciberescépticas*. Mientras que las primeras conciben a Internet como una estructura de oportunidad para la participación en tanto favorece una comunicación interactiva eficaz, las segundas, en cambio, ponderan los aspectos contextuales por encima del potencial tecnológico. Al respecto, ver del Campo García y Resina de la Fuente (2010) y Resina de la Fuente (2010).
3. Una profusa literatura que se aboca a estudiar las vinculaciones entre la acción colectiva y los nuevos espacios de participación que ofrece Internet evidencia un creciente interés académico en la temática (Cammaerts et al., 2013; Castells, 2012; Cruells e Ibarra, 2013; Gerbaudo, 2012; Sádaba, 2012; Sádaba y Gordo, 2008; Sorj y Fausto, 2016; Terré y Barranquero, 2013).

## Bibliografía

Barranquero, A. (2014): Comunicación, cambio social y ONG en España. Pistas para para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos

comunacionales. El caso del 15M. Commons. *Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 3 (1), 6-28.

Borrat, H. (1989): *El periódico actor político*. Barcelona: Gili.

Bucy, E. y Gregson, K. (2001): "Media participation: A legitimation mechanism off mass democracy". *New Media & Society*, 3, 357-380.

Cammaerts, B., Mattoni, A. y McCurdy, P. (2013): *Mediation and Protest Movements*. Chicago: The University of Chicago Press.

Cammaerts, B. (2012): Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal Communication* 27 (2), 117-134.

Castells, M. (2011): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Castells, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.

Cruells, M. e Ibarra, P. (Eds.) (2013): *La democracia del futuro: Del 15 M a la emergencia de una sociedad civil viva*. Barcelona: Icaria.

del Campo García, E. y Resina de la Fuente, J. (2010): "Redes sociales, ciberpolítica y nuevas movilizaciones: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana". Ponencia presentada en el X Congreso Español de Sociología, Universidad Pública de Navarra, Pamplona, España.

Della Porta, D. y Diani, M. (2006): *Social Movements: An Introduction*. Oxford: Blackwell Publishers.

Della Porta, D. y Tarrow, S. (2005): *Transnacional protest and global activism* Lanham, Rowman & Littlefield Publishers.

Goldberg, G. (2010): Rethinking the public/virtual sphere: The problem with participation. *New Media & Society*, 15, 739-754.

Jerez, A., Sampedro, V. y López Rey, J. (2008): *Del 0,7 a la desobediencia civil. Política e información del movimiento y las ONG de desarrollo (1994-2000)*. Madrid: CIS.

Keck, M. y Sikkink, K. (2000): *Activistas sin fronteras. Redes de defensa en política internacional*. México: Siglo XXI.

Luhmann, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*. México: UIA.

Gerbaudo, P. (2012): *Tweets and the streets. Social media and contemporary activism*. London: Pluto Press.

González Broquen, X. (2011): Hacia una categorización del poder mediático: poder representativo, metapoder y anti-poder. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 8, 47-68.

Martín-Barbero, J. (1991): *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.

McCombs, M. E. y D. L. Shaw (1972): "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

Norris, P. (2001): *Digital divide. Civic engagement, information, poverty and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

Millaleo, S. y Cárcamo, P. (2014): *Mediaciones del sistema político frente al activismo digital*. Santiago: Fundación Democracia y Desarrollo.

Nieto, A. e Iglesias, F. (2000): *Empresa informativa*. Barcelona: Ariel.

Resina de la Fuente, J. (2010): Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana. *Mediaciones Sociales*, 7, 143-164.

Rodrigo Asina, M. (1989): *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Sádaba, I. (2012): Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y digitales. *ARBOR. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188 (756), 781-794.

Sádaba, I. y Gordo, A. (2008): *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Sampedro, V. (2004): Identidades mediáticas. La lógica del régimen de visibilidad contemporánea. *Sphera Pública*, 4, 17-35.

Sampedro, V. (Ed.) (2005): *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Sampedro, V. (1997): *Nuevos movimientos sociales: debates sin mordazas*. Madrid: CEC-BOE.

Sampedro, V. y Resina de la Fuente, (2010): Opinión pública y democracia deliberativa en la sociedad red. *Revista Ayer*, 80, 139-162.

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.

Schmidt, V. A. (2008). Discursive Institutionalism: The Explanatory Power of Ideas and Discourse. *Annual Review of Political Science*, 11, 303-326.

Schmidt, V. A. (2014): "La política de los pactos sociales y la protección social: ¿importa el discurso?. Experiencias internacionales". Documento CEPAL Serie Políticas Sociales 178, 5-30.

Schmidt, V. A. (2009): Putting the Political Back into Political Economy by Bringing the State Back in Yet Again. *World Politics*, 61 (3).

Sorj, B. y Fausto, S. (Comps.) (2016): *Activismo político en tiempos de Internet*. San Pablo: Plataforma Democrática.

Tarrow, S. (2004): *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.

Tarrow, S. (2005): *The New Transnacional Activism*. New York, Cambridge: University Press.

Terré, E. y Barranquero, A. (2013): De mitos y sublimes digitales: movimientos sociales y tecnologías de la comunicación desde una perspectiva histórica. *Redes.com*, 8, 27-47.

Tilly, Ch. (2004): *Social Movements, 1768-2004*. Boulder: Paradigm Publishers.

Tuchman, G. (1978): *Making News: a Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.

Verón, E. (2002): *Efectos de agenda II. Espacios mentales*. Barcelona: Gedisa.