

Jóvenes, apropiación y socialización de la información política en un contexto electoral*

ROSALÍA WINOCUR, MARTÍN PÉREZ POLLERO Y CAMILA ROJAS TORRES

En este artículo se comparten los resultados de una investigación antropológica sobre el consumo, la apropiación y la socialización de información política entre jóvenes en el contexto de las elecciones presidenciales de Uruguay en 2019. La estrategia metodológica combinó entrevistas presenciales con un seguimiento de los informantes mediante la red social WhatsApp. Entre los hallazgos destacan que dichas prácticas se producen en una densa red de espacios localizados y tramas de sociabilidad que trascienden las redes sociodigitales; que los medios tradicionales juegan un papel clave en la verificación y validación de las noticias, y que, frente a la polarización de ideas, la mayoría de los jóvenes no publica comentarios ni se adhiere a ninguno de los extremos de la polémica.

PALABRAS CLAVE: jóvenes, apropiación, socialización, información política, Uruguay

Young People, Appropriation and Socialization of Political Information in an Electoral Context

This article shares the results of an anthropological investigation into the consumption, appropriation, and socialization of political information among young people in the context of the 2019 presidential elections in Uruguay. The methodological strategy combined face-to-face interviews with follow-ups using the WhatsApp social network. Among the findings, it is highlighted that these practices occur within a dense network of localized spaces and sociability networks that go beyond social-digital networks; traditional media play a key role in verifying and validating news, and, in the face of ideological polarization, most young people do not post comments or adhere to any of the extremes of the controversy.

KEY WORDS: young people, appropriation, socialization, political information, Uruguay

ROSALÍA WINOCUR

Facultad de Información y Comunicación,
Universidad de la República,
Montevideo, Uruguay

✉ rosalia.winocur@fic.edu.uy

MARTÍN PÉREZ POLLERO

Universidad Católica del Uruguay,
Montevideo, Uruguay

✉ martin.perez@ucu.edu.uy

CAMILA ROJAS TORRES

Facultad de Información y Comunicación,
Universidad de la República,
Montevideo, Uruguay

✉ camila.rojas@fic.edu.uy

* En este artículo se analizan únicamente los datos correspondientes a la apropiación de información política entre jóvenes en el contexto de una investigación antropológica sobre las prácticas ciudadanas de consumo y socialización de información política de diversos actores sociales en el ámbito de las elecciones presidenciales de 2019 en Uruguay, cuyos resultados generales fueron publicados en la *Revista Mexicana de Sociología* (Winocur et al., 2022).

Las investigaciones de la última década sobre juventudes y política en Latinoamérica evidencian perspectivas disciplinarias y metodológicas distintas para el estudio del comportamiento de los jóvenes en diferentes escenarios y coyunturas políticas de la región,¹ las cuales pueden agruparse en dos tendencias dominantes (Parés, 2014; Echeverría y Meyer, 2017). Una de ellas se centra en presentar el panorama juvenil cargado de desconfianza, apatía y desafección política como producto del desencanto con las formas tradicionales del ejercicio de la política y el profundo descrédito de sus instituciones, lo cual se traduce en una baja participación política y desinterés por los procesos electorales (Fundación de Estudios Progresistas Europeos y Fundación Felipe González, 2019; Giraldo Marín, 2014). En este panorama crítico, el caso de Uruguay aparece como una excepción, porque 70% los jóvenes declaran sentirse cercanos a algún partido político y muestran más confianza hacia sus instituciones en comparación con los jóvenes de otros países de la región (Cooperación Latinobarómetro, 2018).

La segunda perspectiva (Zuasnabar y Fynn, 2017; Reguillo, 2013; Tabares Ochoa, 2013; Fernández Huerta, 2012; Portillo, 2015) entiende que la participación de los jóvenes no ha disminuido, sino que se manifiesta en términos de ruptura con las instituciones políticas tradicionales (Sola-Morales y Hernández-Santaolalla, 2017) y en la búsqueda de alternativas alejadas de las lógicas tradicionales del ejercicio de la política, pero con el interés de influir sobre los asuntos públicos (Gutiérrez-Rubí, 2018; Zuasnabar y Fynn, 2017). Se trata de modalidades más horizontales, informales y flexibles que surgen en coyunturas específicas (Zarzuri, 2020; Marquina Veja, 2021; Bossio, 2020; Andrade López, 2019; Chigne Panta, 2020).

Dentro de estas formas se encuentran las manifestaciones e intervenciones en las calles y redes sociodigitales, la participación en diversos colectivos y otras formas de movilización que no se limitan a los espacios institucionales ni refieren únicamente a la esfera de la política tradicional (Fernández Huerta, 2012: 129; Feixa, 2014). De igual manera, se señalan cambios en las inquietudes e intereses (Fundación

1 Como lo muestra Marc Parés (2014), los enfoques para abordar el problema de la relación entre juventud y política se asientan en diversas aproximaciones teóricas sobre lo que se entiende por juventudes, participación y política, que por falta de espacio no es posible desarrollar aquí.



HELENA LOPES ▶ Grupo de jóvenes universitarios. Brasil, 12 de enero de 2017.

de Estudios Progresistas Europeos y Fundación Felipe González, 2019; Giraldo Marín, 2014; Feixa, 2014; Tabares Ochoa, 2013), que incorporan nuevas preocupaciones sobre el cuidado del medio ambiente, el desarrollo sustentable y la agenda de género (Garcés Montoya, 2010: 81; Tabares Ochoa, 2013: 148; Portillo y Acosta Serratos, 2021: 102; Pérez Díaz, 2020).

Asimismo, estas investigaciones muestran que los medios más utilizados para informarse sobre noticias políticas son las plataformas digitales, seguidas por la televisión, los periódicos en línea, la familia, conocidos y amigos. Para la mayoría de los jóvenes, la política es tema de conversación con parientes, amistades, y en menor medida, con compañeros de trabajo. En relación con la credibilidad de la información, dichos estudios destacan que las juventudes

desconfían de la información que les llega mediante sus redes y grupos si no proviene de los medios tradicionales —informativos y periódicos— en sus formatos electrónicos y físicos. Asimismo, una gran proporción declara tener criterios para reconocer las noticias falsas o poco confiables con base en su sentido común, en su experiencia de navegación y en el origen de la fuente (Fundación de Estudios Progresistas Europeos y Fundación Felipe González, 2019; Benedicto, 2017; Gutiérrez-Rubí, 2018; INJU, 2020; Shearer, 2021; García Lara, Sanjuán Guzmán y Maza, 2021).

Los jóvenes uruguayos confirman las tendencias de la región: 90% declara que las redes sociodigitales son el principal medio por el cual se informan, aunque varía la frecuencia de búsqueda y consulta; en general, 87% recurre a varias fuentes

de información para evitar sesgos, y en cuanto a la credibilidad de la información, 67% desconfía de las noticias que circulan en las redes sociodigitales, mientras 91% verifica las noticias antes de compartirlas (Gutiérrez-Rubí, 2018).

En síntesis, los estudios nos ayudan a ubicar en términos cuantitativos el mapa de la desafección de los jóvenes respecto a las formas tradicionales del ejercicio de la política; refieren las nuevas formas de participación y movilización en las redes sociodigitales y su articulación con grandes movilizaciones en las calles; recuperan los contenidos sociales y políticos que los convocan, y confirman que las redes sociodigitales son la principal fuente de información, consulta y verificación de las noticias políticas.

No obstante, nos dicen muy poco acerca de con quiénes se comparte, se interpreta y se discute dicha información en distintos ambientes cotidianos, realidades socioculturales y coyunturas políticas. Tal omisión es evidente respecto a los jóvenes que no publican ni hacen comentarios en las redes sociodigitales, los cuales, como lo indican diferentes estudios, incluido el nuestro, son la mayoría (Rideout y Watkins, 2019: 21; Booth *et al.*, 2020; Winocur *et al.*, 2022). Asimismo, no se encuentran estudios disponibles...

acerca de cómo se combinan y resignifican las fuentes y referentes de las instituciones tradicionales y redes sociales próximas (familia, universidad, comunidad, partido político, amigos, etc.), con las fuentes y referentes de las redes sociodigitales, ni cuál es su influencia en la toma de posiciones políticas, sobre todo a la hora de valorar su impacto en la conducta electoral (Winocur *et al.*, 2022: 130).

Desde el punto de vista epistemológico y metodológico, en todos los estudios citados se supone, de manera explícita o implícita, que debido a la alta penetración de internet en la vida cotidiana de los jóvenes, y el uso intensivo y extensivo de las

redes sociodigitales para informarse, movilizarse, organizarse o convocarse (Valenzuela Arce, 2015; García-Galera, Del Hoyo-Hurtado y Fernández-Muñoz, 2014), el espacio privilegiado para observar y analizar sus conductas políticas son dichas redes. En consecuencia, también se da por sentado que el consumo, la apropiación y la socialización de la información política ocurre de manera mayoritaria en los hábitats virtuales (Gutiérrez-Rubí, 2018), por lo tanto, su estudio puede supeditarse al análisis de redes y el registro observable de sus publicaciones e interacciones en Facebook, Instagram, Twitter o WhatsApp, complementado en algunos casos con grupos de discusión y entrevistas en línea (Zuasnabar y Fynn, 2017; Fundación de Estudios Progresistas Europeos y Fundación Felipe González, 2019; Gutiérrez-Rubí, 2018; Pérez Díaz, 2020).

Desde nuestra perspectiva, ambos supuestos limitan la comprensión del fenómeno de la apropiación y circulación de la información política porque omiten o minimizan el papel que juegan otros medios de comunicación (Catalina-García, García Jiménez y Montes Vozmediano, 2015), así como el de los espacios cotidianos de socialización, como el ámbito doméstico, que no son sólo escenarios de consumo mediático, sino espacios profundamente constitutivos de su valoración y significación (Silverstone, 1996; 2004; 2010; Morley, 1996; 2008; Winocur, 2002; 2009; Winocur *et al.*, 2022).

En el marco de estas inquietudes, llevamos a cabo una investigación de carácter antropológico en el contexto de las campañas electorales de Uruguay en 2019, con personas de la más diversa pertenencia sociocultural, etaria y política, que tuvo por objeto explorar el impacto real de las redes sociodigitales en la formación de la opinión de las personas, en particular en una coyuntura electoral (Winocur *et al.*, 2022). La ventaja de un estudio de esta naturaleza en dicho contexto es que la ciudadanía está expuesta a un bombardeo singular de información para la toma de decisiones acerca del voto. Esta

situación ofrece escenarios significativos para la exploración de las prácticas de consumo, apropiación y socialización de la información política, que en otros momentos se diluyen o solapan en el consumo de la información de cualquier tipo, sobre todo en el caso de los jóvenes.

Para llevar a cabo la investigación, nos situamos en una perspectiva metodológica que desplazó “el foco de la observación del comportamiento de la actividad de las personas en las redes sociodigitales a la recuperación de los significados de su experiencia en diversos ámbitos de convivencia presenciales y virtuales en la vida cotidiana” (Winocur *et al.*, 2022: 132). Esto supuso la construcción de una estrategia que apuntó a: 1) “buscar diferencias culturales y subjetivas no captadas por las bases de datos” y explorar “las interacciones presenciales que se mantienen indescifrables para los algoritmos” (García Canclini, 2018: 33), y 2) una operación epistemológica de “descongelamiento” del sujeto mediante la incorporación de “las experiencias, las creencias, los valores, las perspectivas, las opciones y las decisiones que los actores sociales crean y recrean en diversos contextos específicos” (Imaz, 2011: 37).

En consecuencia, dicha estrategia metodológica tuvo como premisa la recuperación del significado de la experiencia del actor (Guber, 2004; Vasilachis de Gialdino, 1997; Hine, 2015) mediante entrevistas presenciales en profundidad y consultas puntuales por WhatsApp durante las tres instancias de las elecciones presidenciales de Uruguay en 2019. Para esto, se elaboró una muestra significativa (Guber, 2004), de construcción progresiva (Berteaux, 2005; Glaser y Strauss, 1967), compuesta por 40 actores de diversa pertenencia sociocultural y política.² En este artículo consideramos para el análisis sólo a los jóvenes de entre 19 y 29 años de edad, con estudios secundarios, terciarios y universitarios; por una parte, con el propósito de analizar qué tan determinantes son las redes sociodigitales en la selección y apropiación de la información política

en un contexto electoral, y por la otra, para saber si la condición de informarse en redes sociodigitales es inhibitoria de otras formas de consumo, apropiación y socialización política fuera éstas. Se estudiaron, además, los ambientes virtuales y presenciales en los que se consume, comparte e interpreta la información política; los criterios para seleccionar y validar las noticias, así como el papel de las fuentes y referentes de autoridad personales y mediáticos para establecer su credibilidad en un año electoral (Winocur *et al.*, 2022: 130).

Prácticas de consumo y ámbitos de socialización

Uno de los hallazgos más destacados de la investigación es que, pese al papel indiscutible de las redes sociodigitales en el consumo y la circulación de la información política entre los jóvenes, ámbitos como la familia y lo doméstico tienen una centralidad simbólica clave en la validación e interpretación de dicha información, en especial en un contexto electoral:

Mi cotidiano son Facebook, Twitter, Instagram, lo que más me bombardea es eso. Después está la conversación que yo tenga con otras personas, por ejemplo, mi vieja. En eso, para votar, me influencia pila por mi vieja, por lo que ella me cuenta, por lo que ella vota inclusive. No está bien, pero lo admito (entrevista con Carlos, 21 años de edad, estudiante de comercio, Canelones, mayo de 2019).

Me informo a través de los *links*, memes y noticias que pasan mis familiares y amigos, principalmente

2 Por razones de espacio, no es posible ampliar la descripción y justificación de la estrategia metodológica. Para un análisis de los detalles de la metodología y los resultados globales de la investigación, véase Winocur *et al.* (2022).

[...]. La radio la escuchan mis padres mucho, aunque sólo los veo los fines de semana; igual trato de escucharla cuando manejo [...]. Tanto en mi casa con mis padres, como acá en Montevideo con mis primos, se reflexiona y se conversa mucho sobre temas dispares en general (entrevista con Mariana, 22 años de edad, estudiante de comunicación, Montevideo, noviembre de 2019).

Esta situación se refuerza porque, en el caso de los jóvenes uruguayos, 76% de los que tienen entre 18 y 24 años de edad y 42% de los que tienen entre 25 y 29 años viven con sus familias (INJU, 2020), lo cual incide en el peso que tienen los padres y madres, y abuelos, en la socialización de la información política mediante la práctica de consumir diferentes medios en las rutinas compartidas, como el desayuno, el almuerzo o la cena:

Nicolás: El informativo no miro mucho, o a veces sí, ponele que mis padres están mirando el informativo y es la hora de comer o estamos todos en el *living* y lo miro.

Entrevistador: ¿Y comentan las noticias?

Nicolás: Sí, mis padres más que nada. Igual siempre meto algún bocado [...]; deporte, lo miro seguro en el informativo y lo leo en el diario y todo (entrevista con profesor de educación física, 22 años de edad, Maldonado, septiembre de 2019).

En el siguiente ejemplo, no sólo podemos advertir la importancia del consumo de diferentes medios electrónicos y digitales vinculado a las rutinas domésticas compartidas con la familia o la pareja, sino la relevancia de otros espacios cotidianos, como el kiosco de revistas, donde se mira la portada de los periódicos mientras se espera el autobús todos los días para ir al trabajo:

Mi rutina es levantarme a las 8:00, me baño y empiezo a ver los titulares en Facebook mientras estoy

desayunando [...]. A veces me gusta mirar mucho la tapa de los diarios en los kioscos, ahí de la avenida 18 de Julio, mientras espero el ómnibus para ir al trabajo. También soy de las que le encanta, a las 7:00 de la tarde, el informativo televisivo. En el almuerzo me encanta escuchar la radio como una vieja [...]. Y en la mañana, a veces, cuando estoy desayunando, mientras miro Facebook, escucho por internet el programa, que es más que nada musical, *Café Express*, de Ariel Pérez, que a veces pasa noticias (entrevista con Victoria, 27 años de edad, abogada, Montevideo, septiembre de 2019).

Entre aquellos que manifestaron que no veían televisión ni escuchaban la radio y sólo usaban las redes sociodigitales para informarse, se pudo constatar que tenían un consumo marginal, casual u “obligado” en los espacios de convivencia con la pareja, la familia o los compañeros de vivienda, muy significativo en la socialización y credibilidad de las noticias, y con una incidencia mucho mayor que la reconocida en la descripción inicial de sus fuentes de información. En el siguiente ejemplo, Pedro, al igual que la mayoría de los jóvenes entrevistados, declara primero que su fuente de información básica son las redes sociodigitales; no obstante, después aparecen otros consumos significativos de radio y televisión, directos o mediados por amigos y familiares en distintos ambientes domésticos o de convivencia:

Pedro: Me informo en las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram, y a veces YouTube. No leo portales de noticias ni nada. Así que, básicamente, eso y conversando con amigos, porque no miro tele, no tengo tele [...]. Me levanto, miro el celular, miro las redes, y si justo hay una noticia, ahí me informo, o si llego a clase y están hablando de una noticia. Si me interesa, busco un poco más [...]. Twitter no uso mucho, lo que hago es escuchar una radio argentina que se llama Vorterix, por internet, de mañana y de tarde.

Entrevistador: ¿Y comentas las noticias con alguien?
Pedro: Sí, justo, él [su compañero de vivienda] es de poner el informativo al mediodía, por internet, en la compu. Tiene Teledoce y todos estos de acá [...]; él mira más tele que yo, más informativo, y con él comentamos noticias. Él usa las redes, usa mucho Twitter, entonces hablamos ahí de las dos cosas (entrevista con estudiante de medicina, 21 años de edad, Montevideo, septiembre de 2019).

También llama la atención la autopercepción de los jóvenes de estar poco informados o poco interesados en las noticias políticas, que resulta contradictoria con la descripción de sus consumos, en los que se verifica un interés significativo en temas controversiales, como en el ejemplo que sigue, sobre la discusión previa a la votación para avanzar en la derogación de la denominada Ley Trans:³

Lo último que me acuerdo que me reinteresó buscar fue lo de la Ley Trans [...], con el tema de la votación y todo esto; yo no tenía ni idea, me puse a buscar, a hablar con pila de gente, con él [su compañero de vivienda], con amigos de la facultad. Tengo amigos de la facultad que son pro eso [a favor de la Ley Trans], digamos, y otros que están en contra; entonces, tenía de los dos lados (entrevista con Pedro, 21 años de edad, estudiante de medicina, Montevideo, septiembre de 2019).

Por otra parte, la autopercepción de estar poco informados e interesados no se corresponde con la atención que despiertan las noticias políticas en el marco de las elecciones. Esto puede explicarse por la representación social de lo que significa “estar bien informado”, asociada a la lectura de periódicos, libros de texto y revistas especializadas, como se pudo comprobar en otros estudios sobre prácticas lectoras en jóvenes universitarios (Winocur, 2015a).

Asimismo, en todas las entrevistas realizadas, con independencia del nivel de participación en

redes sociodigitales, se corroboró que diversas figuras de autoridad en la familia inciden de manera determinante en la manera de valorar e interpretar la información política durante una campaña electoral:

Es complicado tomar más una postura [a la hora de votar] porque no es que vos vas y te informas en las redes, es más bien [...], por ejemplo, si tu familia tuvo una mala experiencia cuando los militares estuvieron en la calle, por la razón que sea, te lo van a transmitir [...], creo que es más bien eso. Yo, por ejemplo, estudié en una escuela militar, tengo parientes militares y como que no lo veo igual que otras personas (entrevista con Lucía, 19 años de edad, estudiante de secundaria, Canelones, septiembre de 2019).

El peso de las historias familiares cobra mayor relevancia en momentos de toma de decisiones políticas cruciales y tiene un impacto mayor en la forma de interpretar la información política:

Yo mucho no viví en otros gobiernos, pero por lo poco que recuerdo personalmente y las cosas que me cuentan mis familiares de otras épocas [...], no me gustaría para nada volver a algo igual [...]. Yo viví una etapa donde veía a mi vieja almorzar, merendar y cenar mate con galletas para que yo pudiera comer porque no nos daba para nada [...]. Hoy por hoy, mi viejo con un laburo solo, y laburando

3 En 2018, el parlamento uruguayo aprobó la Ley 19.684, Ley Integral para Personas Trans, que establece un marco normativo para garantizar derechos para la población transgénero (Ministerio de Desarrollo Social, 2018). El 4 de agosto de 2019 se llevó adelante una consulta ciudadana que tenía como objetivo la derogación de la ley. En el marco de esta consulta, en las redes sociodigitales circularon diferentes contenidos, algunos de ellos falsos —*fake news*— (Semanario Voces, 2018).



SARAH CHAI ▶ Dos mujeres conversan después de hacer ejercicio. Madrid, 26 de marzo de 2021.

ocho horas por día de lunes a viernes, vivimos y hasta nos alcanzó para iniciar todo el proyecto de la cerveza. Antes, con dos laburos y metiendo 18 horas por día, ni así daba [...]. Si bien el Frente Amplio no es el gobierno perfecto y tiene un montón de cosas que mejorar, lo elijo mil veces antes que a los demás (entrevista con Diego, 20 años de edad, cervecero, secundaria incompleta, Paysandú, agosto de 2019).

En síntesis, aparte de la fuente o el medio utilizado, el proceso de apropiación e interpretación de la información política, lejos de circunscribirse a las redes sociodigitales, ocurre en diversos espacios de sociabilidad digitales y presenciales, algunos más autónomos que otros, pero con vasos biográficos comunicantes clave para la producción de sentido.

Estrategias de validación y verificación de la información política significativa

Una preocupación central de la investigación fue indagar de qué forma los jóvenes establecen la credibilidad de la información que buscan o que les llega a sus redes sociodigitales, así como cuáles eran las fuentes para ampliar y verificar dicha información, sobre todo la que se refería a temas polémicos o despertaba sus dudas.

La mayoría recurre a Google o a los portales de noticias, pero también es habitual combinar esas búsquedas con la consulta a algún miembro de la familia o figura de autoridad cercana, para comprender, contrastar e intercambiar opiniones sobre los temas de la agenda política, en particular en el contexto de alguna votación:

La vez que quise informarme de la Ley Trans pregunté en casa. Y también el tema de la política, sobre saber las propuestas de los políticos y eso. Ahí fue cuando yo, más que nada, quise preguntar y se armaron largas charlas con mis padres [...]. Como te dije, yo no soy de los que lee portales de periódicos y de algún lado tenía que sacar la información, y me pareció confiable sacarla de ahí (entrevista con Pedro, 21 años de edad, estudiante de medicina, Montevideo, septiembre de 2019).

Otra constatación importante de nuestra investigación, que coincide con los estudios citados (Pérez Díaz, 2020; INJU, 2020; INE-Agesic, 2020; Fundación de Estudios Progresistas Europeos y Fundación Felipe González, 2019), fue la importancia de las ediciones digitales de los periódicos e informativos para establecer la credibilidad de la información. Aunque los jóvenes no se dirigen de forma directa a los portales de las agencias y periódicos, el estudio permitió constatar que confían más en las noticias que están respaldadas por un enlace que procede de un medio reconocido:

Generalmente, me informo por Twitter, porque sigo a los diarios por ahí. Veo los titulares y entro a lo que me interesa por redes sociales. No entro directo a www.elpais.com.uy, eso no lo hago, entro a las noticias de los periódicos mayoritariamente por redes sociales y entro a lo que me interesa, no leo todo (entrevista con Micaela, 20 años de edad, estudiante de ingeniería en informática, Montevideo, septiembre de 2019).

Las redes no son fuentes directas, son más bien fuentes indirectas [...]. Y depende el *link* de lo que sea, si por ejemplo vos me mandas un *link* de *El Observador* [periódico de importante circulación], para mí es confiable; si el *link* no lo conoce nadie, yo no le doy pelota [...]. Para mí [lo que marca si es confiable], es el medio, la información en sí, la persona que lo

comparte, yo no me fijo, me da igual [...]. Hay personas que yo sé que compartieron esto, por ejemplo, porque tienen determinada postura. Ya no lo tomo como algo objetivo, lo tomo como algo subjetivo de la persona y quizás no lo tomo de la misma manera (entrevista con Carlos, 21 años de edad, estudiante de comercio, Canelones, mayo de 2019).

Respecto a las noticias falsas que circulan en las redes, al igual que en otros estudios (Fundación de Estudios Progresistas Europeos y Fundación Felipe González, 2019; Gutiérrez-Rubí, 2018, García Lara, Sanjuán Guzmán y Maza Ávila, 2021), todos los jóvenes declararon que, a diferencia de sus mayores, tienen la capacidad para detectar noticias, sitios y perfiles falsos:

A veces entro y veo cosas que postea la gente grande —mi madre, que tiene 50 años—, pero no le doy mucha bola, porque ahí es donde más encuentro *fake news* [...]. Mi filtro es que primero entro al lugar donde está el contenido, y veo que tenga algo, una página, al menos, que no sea un blog. Depende, si es algo de cocina, que sea un blog de cocina, por ejemplo. Pero si es algo más importante, tipo noticia [sobre] qué pasó el otro día, [me fijo] que sea de un diario o de un noticiero (entrevista con Micaela, 20 años de edad, estudiante de ingeniería en informática, Montevideo, septiembre de 2019).

Otro aspecto interesante es el papel que juegan los jóvenes en el desmentido de la información falsa o la comprobación de la que es dudosa en sus grupos de pertenencia. Desmentido que, en la mayoría de los casos, no se produce de inmediato, ni tampoco en las redes o grupos de WhatsApp, sino tiempo después, en los espacios presenciales que se comparten de manera cotidiana con la familia:

Mi generación sabe distinguir muy bien una fuente. Sabés distinguir qué es verdad y qué es mentira.

Sabés que hay *links* que son todas mentiras [...]. Yo sé cuándo algo de Facebook es mentira, mis amigos también saben, [en cambio, a su madre le dice:] “no, mamá; mirá, esto no le creas, mirá la página, mirá, es un *link* que no lo conoce nadie” (entrevista con Carlos, 21 años de edad, estudiante de comercio, Canelones, mayo de 2019).

Respecto a la reproducción de noticias falsas, los jóvenes entrevistados declararon no compartirlas, salvo con la finalidad de utilizarlas como recursos paródicos o humorísticos:

Hay una noticia falsa de que va a caer un meteorito ahora en octubre [...], eso es un ejemplo de una burla que está circulando en las redes sociales que todos los gurises de mi edad lo comparten con sentido humorístico [...], están todos cagados de risa (entrevista con Carlos, 21 años de edad, estudiante de comercio, Canelones, mayo de 2019).

En síntesis, lo que determina la apropiación simbólica de la información política que circula en las redes sociodigitales no es el nivel de competencias digitales de los integrantes de un grupo, sino los procesos de significación que ocurren en diversos contextos familiares, biográficos y socioculturales. En todo caso, el estudio muestra que en el momento de verificar y valorar una noticia, las habilidades digitales de los jóvenes para detectar noticias falsas son tan necesarias como los criterios de verosimilitud aportados por las figuras de autoridad dentro de cada grupo de pertenencia.

Percepción y efectos de la polarización de ideas

Otra inquietud importante fue explorar cuál era el impacto real de la polarización de ideas en las redes sociodigitales para la formación de la opinión

política, sobre todo entre aquellos jóvenes que no publican comentarios, que son la mayoría.

La investigación muestra que el rol simbólico clave que cumple la polarización en las redes sociodigitales no es la de segmentarlos hacia un vértice u otro de la polémica, sino el de marcar los extremos de un asunto o tema controversial (Winocur *et al.*, 2022: 149). Por otra parte, la mayoría manifestó no sentirse representado por la confrontación y declaró que evitaba intervenir en la discusión para no quedar atrapado en sus extremos:

Claramente, hay muchas personas, como yo, que se quedan calladas y no opinan sobre el tema. Yo lo hago más desde una perspectiva de que me gusta poder leer los distintos puntos de vista antes de entrar a hablar sin saber. Pero creo que la mayoría de la gente se queda callada por no querer parecer que apoya un extremo u otro, prefiere parecer neutra [...]. Creo que la mayoría tiene opiniones que no son tan extremas (entrevista con Natalia, 21 años de edad, estudiante de comunicación, Montevideo, noviembre de 2019).

Otra función simbólica de la polarización, que nuestro estudio reflejó, es la de proveer una fuente de entretenimiento mediante la provocación, sobre todo con temas polémicos de coyuntura. Esto es interesante, porque quienes reconocen esta práctica no necesariamente están de acuerdo con lo que publican ni tienen un interés particular en el tema, incluso no consideran importante verificar si la información es verdadera o falsa porque el objetivo es generar una ola de reacciones:

Me gusta meter tuits sobre lo que pienso [...]. Para reírme, más que nada, y ver qué opinan; con el fin de divertirme. Generalmente, es gente de mi edad o más chicos, que tienen muy puesta la camiseta y te bardean, pero es a lo que voy, eso te divierte y conocés otro punto de vista (entrevista

con Mateo, 25 años de edad, empleado de *call center*, Montevideo, octubre de 2019).

He participado en alguna discusión, pero por ocio nomás, por placer, porque me gusta discutir. Entonces, comparto alguna cosa que sé que va a levantar un debate y espero a ver quién cae, y le doy. Y alguno que otro entra. Más que nada, con algún tema del socialismo [...]; por ejemplo, estadísticas, cosas que no sé si son ciertas o falsas, yo lo único que quiero es armar quilombo (entrevista con Diego, 20 años de edad, cervecero, secundaria incompleta, Paysandú, agosto de 2019).

Conclusiones

El estudio evidenció que pese a la centralidad que tienen las redes sociodigitales en el consumo de la información política entre los jóvenes entrevistados, la familia y el ámbito doméstico siguen teniendo una importancia considerable para la socialización, interpretación y validación de dicha información en diferentes espacios presenciales y virtuales de convivencia cotidiana (Winocur *et al.*, 2022: 149-151). En consecuencia, la apropiación de la información política, lejos de ser un acto individual, unívoco, hegemónico y deslocalizado en las redes sociodigitales, se produce en una densa red de relaciones virtuales y presenciales conectadas en espacios localizados de sociabilidad, significativos en la vida de los jóvenes (Ekström, 2016).

Un segundo hallazgo es que la sobreabundancia de información disponible en las redes tiene el efecto paradójico de generar la necesidad de recurrir a atajos del orden familiar y local para simplificar su aprehensión y establecer su relevancia (Edgerly *et al.*, 2017; Winocur, 2015b). En ese sentido, los padres, las madres, los amigos, compañeros y profesores constituyen fuentes clave para ampliar y valorar la información que les llega a dichas redes.

Un tercer hallazgo de relevancia es que la mayoría de los jóvenes entrevistados no se identifica con los extremos de la polarización de opiniones en las redes sociodigitales, y la polarización tampoco “refleja, confirma, o representa el mismo nivel de confrontación en el mundo de las relaciones presenciales” (Winocur *et al.*, 2022: 151). Según se desprende de nuestro estudio, su impacto simbólico más relevante es el de establecer los extremos de la polémica para en general situarse en posiciones intermedias o negociadas. En ese sentido, paradójicamente, la polarización habilita en su seno la circulación de la diferencia. Tal como afirma Mario Carlón en una entrevista: “el crecimiento de los polos no es incompatible con el concepto de circulación como diferencia” (Amén, 2021: 103).

Una cuarta evidencia a destacar es que, entre los jóvenes entrevistados, las diferencias de sexo, edad, ocupación, pertenencia política y manejo de redes sociodigitales no son determinantes en la forma de socializar los consumos de información política en la vida cotidiana, a excepción de la escolaridad. Es decir, dichas variables no marcan diferencias en los comportamientos examinados: todos, sin excepción, comparten, consultan y discuten la información política que buscan o que les llega a sus redes digitales con figuras de autoridad dentro y fuera del ámbito doméstico. Tampoco se observaron diferencias respecto al consumo marginal u obligado de medios tradicionales, o en sus estrategias de verificación de la información política, o en la percepción de la polarización de ideas en las redes. No obstante, entre quienes tienen estudios universitarios, a diferencia de quienes sólo tienen estudios secundarios o terciarios no universitarios, se pudo advertir que disponen de mayores espacios de sociabilidad dentro y fuera de las redes sociodigitales, y que tienden más a cuestionar las certezas de los entornos familiares y generar espacios de mayor autonomía política e ideológica.

Un quinto hallazgo es que la autopercepción de no estar interesados o informados sobre asuntos



LIZA SUMMER ▶ Jóvenes y vida cotidiana. Brasil, 17 de diciembre de 2020.

y noticias de carácter político no se corresponde con sus prácticas de consumo y socialización de la información, en particular en un año electoral, como también se verifica en el estudio de Maricela Portillo y Verónica Liliana Acosta Serratos (2021). Aunque hay que profundizar en estos aspectos en futuras investigaciones, tampoco parece haber coherencia entre la narrativa del desencanto con las instituciones políticas tradicionales, reportada por diversos estudios, y la gran preocupación que manifestaron los jóvenes uruguayos por reunir información de varias fuentes mediáticas y personales para tomar decisiones responsables sobre su voto.

Por último, una consecuencia epistemológica y metodológica fundamental de los resultados de nuestra investigación es que, para comprender la complejidad de la apropiación de la información

política en los jóvenes, no basta con observar y analizar sus consumos e interacciones en las redes sociodigitales, sino que se requiere desplegar estrategias metodológicas que permitan estudiarla en una diversidad de ámbitos cotidianos, tanto virtuales como presenciales, en los que se comparten, discuten, interpretan y validan los flujos de información provenientes de diversos medios y fuentes con las personas significativas de sus diversos entornos sociales. En ese sentido, no sólo interesa estudiar sus consumos mediáticos y prácticas de socialización en los ámbitos digitales, sino reconstruir cómo esas prácticas y consumos se interpelan, se refuerzan o se transforman en la densa trama de circulación del sentido de la información política en distintos espacios de la vida cotidiana, que trascienden a las redes sociodigitales. **D**

Bibliografía

- Amén, Gastón, 2021, "En sociedades polarizadas, los polos que crecen son los que soportan las diferencias que establece la nueva circulación del sentido. Entrevista a Mario Carlón", en *Dixit*, núm. 34, pp. 95-104.
- Andrade López, Héctor Rodolfo, 2019, "Movimientos juveniles en Brasil y México, coordinadas para un análisis de subjetivación y desmovilización social", en *Revista Temas Sociológicos*, núm. 24, pp. 51-88.
- Benedicto, Jorge (dir.), 2017, *Informe Juventud en España 2016*, Instituto de la Juventud, Madrid. Disponible en línea: <<http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf>>.
- Berteaux, Daniel, 2005, *Los relatos de vida. Perspectiva etnosociológica*, Ediciones Belaterra, Barcelona.
- Booth, Ruby Belle, Emma Tombaugh, Abby Kiesa, Kristian Lundberg y Alison Cohen, 2020, "Young People Turn to Online Political Engagement During covid-19", en *Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement*, 20 de octubre. Disponible en línea: <<https://circle.tufts.edu/latest-research/young-people-turn-online-political-engagement-during-covid-19>>.
- Bossio, Juan Fernando, 2020, "Nunca tan a tiempo: acción colectiva y medios sociales en Latinoamérica", en *Conexión*, núm. 14, pp. 9-21.
- Catalina-García, Beatriz, Antonio García Jiménez y Manuel Montes Vozmediano, 2015, "Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales", en *Historia y Comunicación Social*, vol. 20, núm. 2, pp. 601-619.
- Chigne Panta, Fernando Javier, 2020, *Análisis del uso de las redes sociales como herramienta política durante las protestas en Lambayeque en noviembre del 2020*, tesis de licenciatura en comunicación audiovisual y medios interactivos, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Disponible en línea: <<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/658962>>.
- Cooperación Latinobarómetro, 2018, *Informe Latinobarómetro 2018*, Santiago de Chile.
- Echeverría, Martín y José Antonio Meyer, 2017, "Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil", en *Anagramas*, vol. 15, núm. 30, pp. 29-50.
- Edgerly, Stephanie, Kjerstin Thorson, Esther Thorson, Emily K. Vraga y Leticia Bode, 2017, "Do Parents still Model News Consumption? Socializing News Use among Adolescents in a Multi-Device World", en *New Media and Society*, vol. 20, núm. 4, pp. 1263-1281.
- Ekström, Mats, 2016, "Young People's Everyday Political Talk: A Social Achievement of Democratic Engagement", en *Journal of Youth Studies*, vol. 19, núm. 1, pp. 1-19.
- Feixa, Carles, 2014, "Juventud y participación política en la era digital: estado del arte versus artes del Estado", en Joan Subirats, Mayo Fuster, Rubén Martínez, Marco Berlinguer y Jorge Luis Salcedo (coords.), *Jóvenes, internet y política*, Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Madrid, pp. 96-126. Disponible en línea: <https://ddd.uab.cat/pub/l1ibres/2014/190180/jovintpol_a2014iSPA.pdf>.
- Fernández Huerta, Christian, 2012, "Ciudadanía juvenil y nuevas formas de participación a través de la conectividad", en *Culturales*, vol. 8, núm. 15, pp. 113-134.
- Fundación de Estudios Progresistas Europeos y Fundación Felipe González, 2019, "Informe Genera 2019: jóvenes, internet y democracia". Disponible en línea: <<https://s1.fundacionfelipegonzalez.org/wp-content/uploads/2019/11/INFORME-JovenesInternetDemocracia-WEB.pdf>>.
- Garcés Montoya, Ángela, 2010, "De organizaciones a colectivos juveniles. Panorama de la participación política juvenil", en *Última Década*, vol. 18, núm. 32, pp. 61-83.
- García Canclini, Néstor, 2018, "La antropología ante los narradores de la globalización", en *Encartes Antropológicas*, vol. 1, núm. 1, pp. 27-38.
- García-Galera, María Carmen, Mercedes del Hoyo-Hurtado y Cristóbal Fernández-Muñoz, 2014, "Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa", en *Comunicar*, vol. 22, núm. 43, pp. 35-43.
- García Lara, Néstor Alcides, Yuleidy Sanjuán Guzmán y Francisco Javier Maza Ávila, 2021, "Actitud frente a las fake news entre jóvenes universitarios", en *Revista de Jóvenes Investigadores Ad Valorem*, vol. 4, núm. 2, pp. 82-102.
- Giraldo Marín, Lucero, 2014, "Reflexiones en torno a la acción política de los jóvenes", en *Prospectiva. Revista de Trabajo Social e Intervención Social*, núm. 19, pp. 279-299. Disponible en línea: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=574261385009>>.
- Glaser, Barney G. y Anselm L. Strauss, 1967, *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine Transaction, Nuevo Brunswick.
- Guber, Rosana, 2004, *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*, Paidós, Buenos Aires.
- Gutiérrez-Rubí, Antoni, 2018, *Millennials en Uruguay. Valores, actitudes y comportamientos*, Fundación Telefónica Movistar, Montevideo.
- Hine, Christine, 2015, *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Every Day*, Routledge, Londres.

- Imaz, Carlos, 2011, "Descongelando al sujeto. Subjetividad, narrativa e interacciones sociales contextualizadas", en *Acta Sociológica*, núm. 56, pp. 37-57.
- Instituto Nacional de Estadística y Agencia para el Gobierno de Gestión Electrónica y de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (INE-Agesic), 2020, *Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información y la Comunicación 2019. Informe*. Disponible en línea: <<https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/datos-y-estadisticas/estadisticas/encuesta-uso-tecnologias-informacion-comunicacion-2019>>.
- Instituto Nacional de la Juventud (INJU), 2020, *Informe IV Encuesta Nacional de Adolescencia y Juventud 2018*, Montevideo. Disponible en línea: <<https://www5.ine.gub.uy/documents/DemografiayEESS/PDF/ENAJ/Informe%20de%20la%20IV%20Encuesta%20Nacional%20de%20Adolescencia%20y%20Juventud%202018.pdf>>.
- Marquina Veja, Orietta, 2021, "Las protestas juveniles en la Lima del bicentenario: una mirada estético-política", en *Tessituras*, vol. 9, núm. 2, pp. 57-75.
- Ministerio de Desarrollo Social [del Uruguay], 2018, "Ley 19.684. Ley Integral para Personas Trans", en *Diario Oficial*, 7 de noviembre. Disponible en línea: <<https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19684-2018>>.
- Morley, David, 1996, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires.
- , 2008, *Medios, modernidad y tecnología*, Gedisa, Barcelona.
- Parés, Marc, 2014, "Jóvenes, internet y política. Estado de la cuestión", en Joan Subirats, Mayo Fuster, Rubén Martínez, Marco Berlinguer y Jorge Luis Salcedo (coords.), *Jóvenes, internet y política*, Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Madrid, pp. 10-38. Disponible en línea: <https://ddd.uab.cat/pub/l1ibres/2014/190180/jovintpol_a2014iSPA.pdf>.
- Pérez Díaz, María Teresa (dir.), 2020, *Informe Juventud en España 2020*, Instituto de la Juventud, Madrid. Disponible en línea: <http://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2021/03/informe_juventud_espana_2020.pdf>.
- Portillo, Maricela, 2015, "Construcción de ciudadanía a partir del relato de los jóvenes participantes del #YoSoy132", en *Global Media Journal México*, vol. 12, núm. 23, pp. 1-18.
- Portillo, Maricela y Verónica Liliانا Acosta Serratos, 2021, "Construcción de ciudadanía y producción de subjetividad política en relación a las prácticas comunicativas en las redes sociodigitales entre los jóvenes universitarios en México en el contexto electoral de 2018", en *Revista Iberoamericana de Comunicación*, núm. 40, pp. 81-109. Disponible en línea: <<https://ric.iberomx.com/index.php/ric/article/view/141/118>>.
- Reguillo, Rossana, 2013, "Jóvenes en la encrucijada contemporánea: en búsqueda de un relato de futuro", conferencia presentada en la Asamblea Plenaria del Consejo Pontificio de la Cultura, Guadalajara, 6 al 9 de febrero.
- Rideout, Victoria y S. Craig Watkins, 2019, *Millennials, Social Media, and Politics*, The University of Texas at Austin, Austin.
- Semanario Voces*, 2018, "Ley Trans: derecho, privilegio y fake news", en *Semanario Voces*, 29 de octubre. Disponible en línea: <<http://semanariovoces.com/ley-trans-derecho-privilegio-y-fakenews/>>.
- Shearer, Elisa, 2021, "More than Eight-in-ten Americans Get News from Digital Devices", en *Pew Research Center*, 21 de enero. Disponible en línea: <<https://pewrsr.ch/2MZqns7>>.
- Silverstone, Roger, 1996, *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires.
- , 2004, *¿Por qué estudiar los medios?*, Amorrortu, Buenos Aires.
- , 2010, *La moral en los medios de comunicación*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Sola-Morales, Salomé y Víctor Hernández-Santaolalla, 2017, "Abstención política y nuevas formas de participación política de los jóvenes: análisis comparativo entre Chile y España", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 72, pp. 629-648.
- Tabares Ochoa, Catalina María, 2013, "Los jóvenes y sus discursos reconfiguradores de la política. Acciones políticas con las que resisten la cultura política tradicional", en *Estudios Políticos*, núm. 42, pp. 138-156. Disponible en línea: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16429070007>>.
- Valenzuela Arce, José Manuel (coord.), 2015, *El sistema es antinosotros. Culturas, movimientos y resistencias juveniles*, Gedisa/El Colegio de la Frontera Norte/Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Vasilachis de Gialdino, Irene, 1997, *La construcción de representaciones sociales: discurso político y prensa escrita*, Gedisa, Barcelona.
- Winocur, Rosalía, 2002, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, Gedisa, Barcelona.
- , 2009, *Robinson Crusoe ya tiene celular*, Universidad Autónoma Metropolitana/Siglo XXI Editores, México.
- , 2015a, "Prácticas tradicionales y emergentes de lectoescritura en jóvenes universitarios", en Néstor García Canclini, Verónica Gerber Bicecci, Andrés López Ojeda, Eduardo Nivón Bolán, Carmen Camacho Pérez, Carla Pinochet Cobos y Rosalía Winocur (coords.), *Hacia una antropología de los lectores*, Fundación Telefónica/Universidad Autónoma Metropolitana/Ariel, pp. 243-281. Disponible en línea: <http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/469/>.

- , 2015b, “La emergencia de esferas público-privadas en las redes sociodigitales”, en Rosalía Winocur y José Alberto Sánchez Martínez (coords.), *Las redes sociodigitales en México*, Fondo de Cultura Económica/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, pp. 62-80.
- Winocur, Rosalía, Soledad Morales, Francisco Díaz, Camila Rojas y Agustina Montañés, 2022, “¿Qué tan determinantes son las redes sociodigitales en un año electoral”, en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 84, núm. 1, pp. 127-158. Disponible en línea: <<http://mexicanadesociologia.unam.mx/docs/vol84/num1/v84n1a5.pdf>>.
- Zarzuri, Raúl, 2020, “El malestar en los jóvenes chilenos en el siglo XXI. De la ‘Revolución pingüina’ al ‘18-O’”, en Gloria de la Fuente González y Danae Mlynarz Puig, *El pueblo en movimiento. Del malestar al estallido*, Catalonia, Santiago de Chile, pp. 228-246.
- Zuasnabar, Ignacio e Inés Fynn, 2017, ¿Qué sienten los jóvenes latinoamericanos sobre la política?, en *Diálogo Político*, núm. 1, pp. 28-39. Disponible en línea: <https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=9e100de7-8815-51ba-e6ca-13a468f9958b&groupId=287914>.

Entrevistas

- Carlos, 21 años de edad, estudiante de comercio, Canelones, mayo de 2019.
- Diego, 20 años de edad, cervecero, secundaria incompleta, Paysandú, agosto de 2019.
- Lucía, 19 años de edad, estudiante de secundaria, Canelones, septiembre de 2019.
- Mariana, 22 años de edad, estudiante de comunicación, Montevideo, noviembre de 2019.
- Mateo, 25 años de edad, empleado de *call center*, Montevideo, octubre de 2019.
- Natalia, 21 años de edad, estudiante de comunicación, Montevideo, noviembre de 2019.
- Micaela, 20 años de edad, estudiante de ingeniería en informática, Montevideo, septiembre de 2019.
- Nicolás, 22 años de edad, profesor de educación física, Maldonado, septiembre de 2019.
- Pedro, 21 años de edad, estudiante de medicina, Montevideo, septiembre de 2019.
- Victoria, 27 años de edad, abogada, Montevideo, septiembre de 2019.

Sobre los autores

ROSALÍA WINOCUR es doctora en ciencias antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana. Es profesora titular y coordinadora del Departamento de Medios y Lenguajes en la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República de Uruguay. Ha coordinado diversos estudios socioantropológicos sobre la apropiación práctica y simbólica de los medios electrónicos y digitales en la vida cotidiana de diversos sectores socioculturales, etarios y políticos.

MARTÍN PÉREZ POLLERO es licenciado en sociología por la Universidad de la República de Uruguay. Es profesor del Departamento de Educación y director de la Licenciatura en Recreación Educativa de la Universidad Católica del Uruguay. Sus temas de trabajo son: ocio y tiempo libre, juventud, recreación educativa y apropiación de las tecnologías digitales.

CAMILA ROJAS TORRES es licenciada en comunicación, docente ayudante en la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República de Uruguay e investigadora participante en el Proyecto de Investigación I+D aprobado por la Comisión Sectorial de Investigación Científica: "Apropiación y socialización de la información política en el contexto de las elecciones departamentales 2020 en Montevideo, Paysandú y Rivera".