

## *Modalidades de la participación en línea. Hacia una delimitación conceptual*

---

### Online participation modalities. Towards a conceptual delimitation

**Linnnet Molina Rodríguez**

Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Santa Clara, Cuba

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4760-4023>

Correo electrónico: [linnetmolinarodriguez@gmail.com](mailto:linnetmolinarodriguez@gmail.com)

**Madeleyne Bermúdez Sánachez**

Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Santa Clara, Cuba

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0916-2359>

Correo electrónico: [madeleyne@uclv.edu.cu](mailto:madeleyne@uclv.edu.cu)

**Mónica Lugones Muro**

Universidad de La Habana, La Habana, Cuba

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5876-2903>

Correo electrónico: [monica.lugones@gmail.com](mailto:monica.lugones@gmail.com)

#### RESUMEN

**Introducción:** Aunque prolífica, la literatura científica sobre participación en línea carece de definiciones específicas que delimiten conceptualmente sus distintas modalidades, de ahí el propósito del presente trabajo.

**Métodos:** Se desarrolla una revisión bibliográfica sistemática encaminada a determinar y caracterizar las acciones específicas que realizan los usuarios en el ciberespacio.

**Resultados:** Se define la participación como una categoría estrechamente vinculada con el carácter interactivo de la Web pues le confiere nuevos roles comunicativos a la audiencia, que ahora puede colaborar con el periodista en la construcción de la noticia (periodismo participativo), intervenir sobre el contenido de los cibermedios (mediante comentarios a las noticias digitales, fundamentalmente) o reproducir prácticas deliberativas en el ciberespacio.

**Conclusiones:** Al delimitarse tres modalidades participativas diferentes en el entorno virtual, con funciones comunicativas diversas, se delinea un camino epistemológico para continuar profundizando en la manera en que el usuario se apropia de las tecnologías digitales de la información y le otorga reciprocidad al proceso comunicativo.

**PALABRAS CLAVE:** participación en línea; comentarios de las noticias digitales; contenido generado por el usuario; periodismo participativo

## ABSTRACT

**Introduction:** Although prolific, the scientific literature on online participation lacks specific definitions that conceptually delimit its different modalities, hence the purpose of this paper.

**Methods:** A systematic bibliographic review is conducted to determine and characterize the specific actions users perform in cyberspace.

**Results:** Participation is defined as a category closely linked to the interactive nature of the Web, as it grants new communicative roles to the audience. Now, users can collaborate with journalists in the construction of news (participatory journalism), interact with the content of cybermedia (mainly through comments on digital news), or reproduce deliberative practices in cyberspace.

**Conclusions:** By delimiting three different participatory modalities in the virtual environment, with diverse communicative functions, an epistemological path is outlined to further explore how users appropriate digital information technologies and bring reciprocity to the communication process.

**KEYWORDS:** online participation; digital news comments; user-generated content; participatory journalism

## CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

### Concepción y/o diseño de investigación:

Linnet Molina Rodríguez (60%)  
Madeleyne Bermúdez Sánchez (20%)  
Mónica Lugones Muro (20%)

### Análisis e interpretación de datos:

Linnet Molina Rodríguez (70%)  
Madeleyne Bermúdez Sánchez (15%)  
Mónica Lugones Muro (15%)

### Adquisición de datos:

Linnet Molina Rodríguez (80%)  
Madeleyne Bermúdez (10%)  
Mónica Lugones (10%)

### Escritura y/o revisión del artículo:

Linnet Molina Rodríguez (70%)  
Madeleyne Bermúdez Sánchez (15%)  
Mónica Lugones Muro (15%)

## INTRODUCCIÓN

La literatura científica sobre la participación en línea, aunque prolífica, carece de definiciones específicas sobre esta categoría; más bien se trata de un vocablo empleado como etiqueta para identificar eventos sin significado estable (Kimani, 2019). Existe consenso, no obstante, en utilizar el término para denominar al tipo de acción específica que realiza el usuario y que le otorga reciprocidad al proceso comunicativo en el ciberespacio.

Gracias a las facilidades interactivas de la Web 2.0, los usuarios tienen la posibilidad de intervenir o actuar durante las etapas de: acceso y observación, selección/filtrado, procesamiento/edición, distribución e interpretación de la noticia (Bruns, 2008; Domingo *et al.*, 2008; Hermida & Thurman, 2008). Para Jan van Dijk (2006), la Web 2.0 representa una nueva etapa de Internet, con énfasis en la participación, la colaboración y la distribución por parte de los usuarios, quienes ahora asumen un nuevo rol en la creación de contenido.

Lo anterior conduce a repensar la acción de los cibermedios en tanto agentes de socialización política, cuya función social trasciende la difusión de información y el establecimiento de agendas para dar lugar a espacios alternos de deliberación y participación (Maltos-Támez *et al.*, 2021). Se reemplaza el modelo tradicional del *gatekeeping* o selección profesional de la información por la práctica colectiva del *gatewatching*, que consiste en observar y señalar las noticias más relevantes entre la sobreabundancia informativa de la Web (Bruns, 2008) o publicitarlas y añadirles nuevas interpretaciones y contextualizaciones (Bruns, 2018).

Los medios asumen un rol de representatividad al convertirse en espacio para que las personas se expresen directamente en calidad de público (Peters & Witschge, 2015). Algunos autores sugieren sustituir el paradigma «de la comunicación de masas» para caracterizar las prácticas periodísticas en el entorno digital por un modelo o «paradigma de la participación» (Hermida & Thurman, 2008; Livingstone, 2013; Peters & Witschge, 2015).

De acuerdo con Martínez Rodríguez (2005), se reconoce que los cibermedios pueden propiciar la participación previa a la publicación del contenido, la participación posterior o participación añadida (sin que sea posible modificar el contenido original publicado por el medio), y la coparticipación o coproducción (cuando el usuario participa, conjuntamente con los emisores, en la elaboración de contenidos). Sin embargo, en la literatura científica sobre el tema no siempre resultan perfectamente identificables estos límites conceptuales, lo que conduce al uso de terminologías y enfoques que pueden, incluso, contradecir la propia esencia del periodismo.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente trabajo se plantea como objetivo general caracterizar la participación en línea de los usuarios de acuerdo con tres modalidades identificadas en los diferentes estudios sobre el tema. Asimismo, se ofrecen valoraciones acerca de la necesidad de realizar investigaciones que permitan evaluar el alcance real de los procesos en los que se involucra el usuario en el ciberespacio, toda vez que la producción científica ha evolucionado desde posiciones optimistas hasta enfoques más desalentadores con relación al rol que asumen los usuarios y a los límites que imponen los emisores.

Se asume, como método de investigación, la revisión bibliográfica-documental sistemática (Codina, 2020). Se analizan críticamente artículos publicados en revistas indexadas en la *Web of Science*, en inglés y español, correspondientes a los últimos 10 años, fundamentalmente, aunque también se acude a trabajos de autores clásicos en el tema, y cuya publicación data de la primera década del siglo XXI. No se establecieron patrones bibliométricos específicos de búsqueda, sino que constituyen objeto de análisis los trabajos tanto de perspectiva teórica como empírica centrados en la participación en línea y sus categorías afines: contenido generado por el usuario, interactividad, periodismo participativo (y sus diferentes modalidades) y participación ciudadana en entornos virtuales.

A continuación, se presentan y discuten los resultados, agrupados según la siguiente estructura: el primer epígrafe describe la relación teórica entre las categorías interactividad y participación, propone una definición conceptual de participación en línea y delimita entre tres modalidades distintas; los tres siguientes epígrafes describen cada una de estas formas de participación y los principales referentes teórico-metodológicos desde los cuales se estudian. Finalmente, se sistematizan referentes teóricos y empíricos que evalúan el alcance real de la participación de los usuarios, atendiendo a las tres modalidades descritas.

## DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### **La participación en línea como una categoría inherente a la interactividad**

La acelerada evolución del sector de las telecomunicaciones, en la década de 1990, así como el desarrollo de Internet y su impacto sobre la comunicación mediática han dado lugar a un creciente y dinámico corpus teórico desde el cual se explican tanto las nuevas formas que adquieren los medios en el espacio en línea como la remediación que sufren los medios tradicionales. Se trata de un nuevo escenario info-comunicativo donde la (r)evolución de las tecnologías modifica por igual todas las fases de la comunicación (captación, manipulación, almacenamiento, distribución) (Manovich, 2005), mientras que el universo de posibilidades que proveen las propias tecnologías para la participación de las audiencias reconfigura la comprensión del rol atribuido al periodismo y a los medios de manera general.

En este contexto, la interactividad se comprende como el rasgo que más distingue al ciberperiodismo del periodismo tradicional (Barredo-Ibáñez *et al.*, 2017; Pinto Garzón *et al.*, 2018; Salaverría, 2019), y representa un término central desde el cual se construyen otras clasificaciones binarias relacionadas con el entorno digital (activo/pasivo, lineal/no lineal, comunicación unidireccional/comunicación bidireccional, sincrónico/asincrónico, mediatizado/cara a cara) (Jones & Holmes, 2014). Manuel Castells (2001), incluso, describe la sociedad red como un tipo de sociedad interactiva, donde la comunicación basada en la tecnología representa lo verdaderamente percibido como comunicación.

La interactividad aparece definida como: la medida de la capacidad potencial de un medio de permitir que el usuario ejerza una influencia en el contenido y/o forma de la comunicación mediada (Jensen, 1999); la potencialidad de un sistema tecnológico de favorecer procesos comunicativos similares al diálogo (Sádaba, 2000); el proceso mediante el cual el periodista considera opciones para que el público responda, interactúe o incluso personalice ciertas historias (Deuze, 2003); o la cualidad de los *new media* para proveer a las audiencias de opciones para participar y producir contenido y así cambiar el flujo tradicional de noticias en una sola dirección (Chung, 2008).

Estos trabajos reconocen la potencialidad de los cibermedios para otorgarles a los usuarios nuevos roles comunicativos con relación al uso de los mensajes periodísticos

(Chung, 2008; Deuze, 2003). La audiencia se redirecciona de «consumidores pasivos» a «usuarios activos» (Pavlik, 2001) o *end-user* (usuario final), y se legitima la denominación de prosumidor (Martínez-Rodrigo & Raya-González, 2015) para dar cuenta de un consumidor de noticias que es también productor de contenidos.

Así, la participación del usuario conectado en línea emana como una variable determinante en los estudios sobre interactividad (Bruns, 2008; Hermida & Thurman, 2008; Paulussen *et al.*, 2007; Salaverría, 2019). No solo se reconoce ampliamente la relación de interdependencia entre ambas categorías (Martínez Rodríguez, 2005; Limia Fernández *et al.*, 2014), sino que se comprende que el usuario adquiere roles tradicionalmente exclusivos del emisor, de ahí la relevancia otorgada al tipo de acción específica que pueden desempeñar los públicos en la Web. En tal sentido, se aprecian los aportes teóricos de diversas disciplinas.

Para la teoría social, la participación constituye el establecimiento de relaciones que posibilitan la acción en busca de respuestas satisfactorias a las demandas individuales (Estupiñán Villanueva *et al.*, 2017), mientras que desde la teoría política se establece su interrelación con la democracia, y se concibe como el acto de compartir el poder de decisión (Arnstein, 1969; Cordourier Real, 2016; Kimani, 2019). En el campo de los estudios comunicacionales sobre la interactividad se identifica la presencia en la Web de «fórmulas participativas» que tratan de dinamizar la comunicación mediática a través de la intervención de los destinatarios en la actividad, contenido y funcionamiento de los medios y en los mensajes a los que esa intervención da lugar (Herrera Damas, 2006).

De ahí que la presente investigación propone entender la participación en línea como *una categoría estrechamente vinculada con el carácter interactivo de la Web, que se define como el tipo de acción específica o intervención realizada por el usuario en el ciberespacio que le otorga reciprocidad al proceso comunicativo, y confiere nuevos roles comunicativos a las audiencias, que ahora trascienden la apropiación de mensajes para asumir una función productiva.*

Asimismo, y basadas en una investigación anterior sobre el tema (Molina Rodríguez, 2022) se propone una distinción entre tres formas diferentes en que puede expresarse la participación del usuario en el ciberespacio. Son estas: 1) Colaboración solicitada por el emisor en la construcción de la noticia; 2) Intervención sobre el contenido publicado por el cibermedio (ya sea a modo de reacción, redistribución o adición de nuevos contenidos); e 3) Intervención sobre la esfera pública, social o política mediante una práctica de deliberación.

Las dos primeras formas de participación en línea confieren nuevos roles comunicativos a las audiencias, aunque supeditados a la decisión del emisor en tanto iniciador, moderador y decisor final del proceso. En el tercer caso, en cambio, se alude a una variante tradicional de participación ciudadana que adquiere nuevas dimensiones al constituirse «el espacio virtual como nuevo espacio público» (Zanotti, 2011: 352).

En todos los casos resulta central la investigación sobre el Contenido Generado por el Usuario (UCG, por su sigla en inglés), definido como cualquier tipo de texto, datos o acción realizada por un usuario de sistemas en línea, mediante canales manejados de manera independiente (Alsaeedi, 2021; Santos, 2022). Constituye una característica definitoria de la Web 2.0 (Manosevitch & Tenenboim, 2017) y encierra tres condiciones: se trata de una contribución personal, debe ser publicado y exige trabajo creativo y productivo realizado fuera de las prácticas periodísticas (Antonopoulos *et al.*, 2020; Naab & Sehl, 2017; Naem & Okafor, 2019; Ruiz-Aguilar & Avalos-Pelayo, 2020).

Alfred Hermida y Neil Thurman (2008) lo definen como el proceso donde cualquier persona tiene la posibilidad de hacer contribuciones a las publicaciones editadas profesionalmente. Las formas más estudiadas de UCG son los blogs personales, los foros de discusión, los sitios de redes sociales digitales y los comentarios a las noticias en línea, y su investigación se inserta dentro del marco conceptual que, desde finales del siglo xx, comenzó a definir las peculiaridades de la comunicación mediada por soportes electrónicos conectados en red (también denominada Comunicación Mediada por Computadora).

### **La participación como colaboración: periodismo participativo**

Varios estudios, bajo la etiqueta de periodismo participativo (Deuze *et al.*, 2007; Singer, 2011), describen las modalidades de construcción de la noticia en las que periodistas y audiencias toman parte juntos en la selección, publicación, diseminación e interpretación de la información al interior de plataformas institucionales de la Web (Hermida *et al.*, 2011). Se describen diferentes variantes de periodismo colaborativo como el periodismo de fuente abierta o el periodismo de *crowdsourcing* (García de Torres, 2010), donde el usuario aporta datos, fuentes, formas de interpretar los hechos, pero la selección y procesamiento final de la información le corresponde al medio.

Algunos autores (Meso Ayerdi, 2005) legitiman la denominación de periodismo ciudadano como sustituta de las anteriores, mientras otros (Hermida *et al.*, 2011; Naab & Sehl, 2017) emplean esta categoría para aludir a una modalidad donde la información es solo resultado de la acción voluntaria de personas independientes de instituciones mediáticas. La presente investigación, sin embargo, se afilia al juicio de autores que consideran espurio el apelativo de «periodismo ciudadano», según criterios de responsabilidad (con la veracidad y verificación de la información) y competencia (preparación técnica y profesional para gestionar la información pública) (Rost, 2010); valores relativos al compromiso ético que distingue al periodismo profesional del ejercicio aficionado o amateur (Rodríguez Borges, 2020).

La nomenclatura de «periodismo ciudadano» tampoco resulta válida para clasificar los espacios informativos, alternativos al *mainstream media*, que surgen en la blogosfera (Lasica, 2003). En todo caso podría hablarse de ciudadanos que se convierten en periodistas, pues los blogueros tienden a replicar, más que a modificar, los valores y

rutinas de producción del periodismo tradicional y no es posible, por tanto, dar cuenta de una nueva modalidad de periodismo (Masip *et al.*, 2015).

Basado en las nuevas formas de vínculo con la audiencia que propicia el ciberespacio, Alsaeedi (2021) incorpora la categoría de periodismo interactivo, para describir la variante comunicativa donde el emisor recibe la retroalimentación de la audiencia en forma de comentario añadido a la noticia previamente publicada en la Web. Se trata, en definitiva, de entender las posibilidades que ofrece la tecnología para que los medios soliciten e incorporen, como parte del proceso de construcción de la noticia, datos, información, perspectivas, historias, aportadas por los usuarios, pero se reconoce, asimismo, que la decisión final y editorial sobre el producto comunicativo corresponde al emisor.

Aunque algunos autores (Reich, 2011) ubican conceptualmente los comentarios de los usuarios a las noticias digitales entre las modalidades de periodismo participativo, los resultados empíricos de esos mismos estudios evidencian que se trata de un tipo de contenido que se genera como colaboración añadida o posterior a la publicación del texto periodístico, que incluso puede ubicarse en secciones separadas de las noticias. Resulta más pertinente, por tanto, estudiar este tipo de mensajes en tanto expresión de la segunda forma de participación descrita: como intervención sobre el contenido propuesto por el medio.

### **La participación como intervención sobre el contenido mediático: los comentarios de los usuarios**

La literatura científica (Hermida & Thurman, 2008) recoge cerca de una decena de opciones que provee la tecnología para que los usuarios intervengan sobre el contenido publicado por los medios, en forma de información añadida, sin que sea posible alterar el contenido original, pero con repercusiones sobre la agenda mediática. Entre otras, se ubican las encuestas, los blogs, las secciones de preguntas, historias y noticias personales y los comentarios de los usuarios a las noticias digitales; estos últimos constituyen la opción preferida por emisores y público (Manosevitch & Tenenboim, 2017; Reich, 2011; Reimer *et al.*, 2023; Ruiz *et al.*, 2013).

En esta segunda variante de participación, el contenido generado por el usuario puede adquirir la forma de comentario a la noticia, pero deviene también contenido generado por el medio a partir de las reacciones de los usuarios (Manosevitch & Tenenboim, 2017). Así, mediante los comandos de valorar y compartir una noticia (Fenoll Tome, 2011) el usuario no produce contenidos, sino un conjunto de datos que denotan sus intereses y resultan útiles en el orden editorial dadas sus implicaciones estadísticas sobre la jerarquización informativa (Aparici & García-Marín, 2018).

Los comentarios a las noticias digitales se han instituido como una oportunidad para que el usuario exprese su opinión en torno a temas públicos y enriquezca el contenido del medio. Dan paso a un modo descentralizado de presentar la información, pues incorporan detalles, profundizan y relatan historias que pueden haber sido ignoradas por los

periodistas en las noticias (Bruns, 2018), o lo que Manuel Castells (2007) define como auto-comunicación de masas, donde predominan la interacción y el debate público.

Se trata de un discurso que encierra en sí mismo la voz de la sociedad y la voz individual de quien escribe, pues el discurso precedente se torna objeto de crítica, parodia, valoración, referente o instancia de identificación (Sal Paz, 2013). Teniendo en cuenta su naturaleza interactiva, los comentarios se relacionan tanto con la conversación como con la discusión, el debate o la disputa; pueden trascender el propósito de la relación social y dirigirse sobre todo a la mera expresión de un argumento o una opinión, la cual puede asumir la forma de crítica en la que el deseo suele formularse en términos de exigencia, de compromiso o de acción (Sal Paz, 2016).

No todas las intenciones de los hablantes se vehiculizan explícitamente en los comentarios; el medio tiene la prerrogativa de filtrar o moderar la participación a partir de ciertas reglas, generalmente relacionadas con pautas de cortesía y respeto entre los usuarios (Moya Muñoz, 2015; Sal Paz, 2012). De manera que en esta segunda forma de participación resulta evidente también el rol del emisor en tanto agente iniciador, controlador y decisor final del proceso, pues le corresponde la iniciativa de habilitar las opciones para que el usuario intervenga (reaccione o comente la noticia), a la vez que puede decidir no publicar un comentario, o eliminarlo una vez publicado, de acuerdo con reglas de moderación.

Siguiendo el enfoque de la *agenda setting* y en los estudios sobre las mediaciones en la construcción de la noticia, los comentarios a las noticias digitales pueden constituir una mediación externa que incide en la construcción de la agenda mediática: la cantidad de comentarios que recibe una noticia puede incluso ofrecer información sobre lo que el público considera relevante o prominente, y algunos medios suelen incluso destinar secciones en la página principal para presentar las noticias más comentadas.

Los comentarios a las noticias digitales son protagonistas de esa esfera pública que adquiere una nueva «existencia» en Internet, en tanto dan cuenta de una participación abierta y disponible para todos (Masip *et al.*, 2019). Sin embargo, la esfera pública en sí no es garantía de democracia, sino que se precisan evidencias de que la conversación política entre ciudadanos tiene alguna influencia o repercusión: la audiencia necesita ser escuchada, y debe, asimismo, primar la crítica razonada, la reflexividad, imparcialidad y escucha respetuosa, la sinceridad y la autonomía frente al poder económico, condiciones necesarias para alcanzar la verdadera deliberación pública (Dalghren, como se citó en Masip *et al.*, 2019).

De manera que la tercera modalidad de participación en línea está estrechamente relacionada con los comentarios a las noticias digitales, puede constituir una derivación de estos, aunque no se reduce exclusivamente a la intervención sobre el contenido publicado por los medios, como se explica en el siguiente apartado.



## La participación como práctica deliberativa

Con el amparo de las tecnologías, la información y el conocimiento se convierten en una fuente independiente de productividad y poder (Castells, como se citó en A. G. M. van Dijk, 2006) o, lo que es igual, emanan nuevas formas de producción (el llamado capitalismo informacional), y surgen modelos alternativos de resistencia (o escenarios de disputa) a partir de la ampliación de los espacios de participación y socialización en los entornos digitales y la puesta en funcionamiento de formas de producción colaborativa, que ofrecen, a su vez, novedosas maneras de pensar el mundo (Moya & Vázquez, 2010; Zanotti, 2011).

Así, el entorno virtual propicia la expresión de formas de participación ciudadana autónoma toda vez que comienza a emplearse la esfera digital para la intervención personal, consciente, voluntaria y directa en asuntos que conciernen al interés público o a una colectividad social (Rendón, como se citó en Corrales Mejías, 2015). Los usuarios buscan ampliar la democracia (Aguirre Sala, 2013), empoderarse (Corrales Mejías, 2015), defender derechos e influir sobre las políticas públicas (Aguirre, 2013; Corrales-Mejías, 2015). Aunque la participación ciudadana autónoma ocurre independientemente del ciberespacio, la interconexión entre «los mundos *online* y *offline*» (Sorj & Fausto, 2016) favorece que las personas trasciendan su rol como consumidores de servicios públicos para incorporarse a los procesos de adopción de decisiones, también, desde el entorno digital (García Guitián, 2016).

Esta tercera forma de participación de los usuarios conectados en línea es voluntaria, tiene condición de grupo, es decir, el ciudadano participa en tanto miembro de una colectividad, está asociada con la actividad pública y con la necesidad de organización (Chirinos & Torres Salas, 2015) y puede darse a través de tres prácticas fundamentales: apoyo, deliberación y colaboración (Guilló & Mancebo-Aracil, 2017). Vale aclarar que los investigadores advierten la necesidad de distinguir entre la participación ciudadana, que busca la planeación programática de las políticas públicas, y el activismo en línea, que se expresa en forma de convocatorias de peticiones, boicots, manifestaciones, reproches: «diferentes formas de desobediencia civil que no siempre repercuten en la transformación de las condiciones sociales» (Aguirre Sala, 2012: 73).

Aunque se considera que todavía deben ser mayores los niveles de intercambio y retroalimentación, y persisten desigualdades en las posibilidades de acceso a plataformas participativas debido a la consabida brecha digital, existe una fase temprana en la deliberación en línea, con un carácter más cuantitativo que cualitativo (Gil Ramírez & Gómez de Travesedo, 2021). La participación como práctica deliberativa en el entorno virtual en muchos casos constituye resultado directo de la intervención que realiza el usuario para comentar las noticias digitales o como parte de las prácticas habituales de recirculación de noticias en sitios de redes sociales digitales.

Cada vez es más común no solo informarse a través de los sitios de redes sociales digitales, sino que, como parte del propio proceso de comprensión y uso de la noticia, los usuarios deciden compartirla en sus perfiles y trasladar hacia allí los espacios de deliberación colectiva. «Compartir no solo supone diseminar información, sino también reevaluarla, aportar un nuevo marco de interpretación y expresar apoyo al contenido compartido» (Masip *et al.*, 2019: 18).

Los usuarios pasan a asumir el rol de *gatekeeper*, pero, al mismo tiempo, pueden llegar a amplificar el alcance de la noticia, al redistribuirla hacia sitios de redes sociales digitales más populares que el medio en el que inicialmente se haya publicado la noticia (Singer, 2014). Asimismo, muchas veces los medios deciden cerrar los espacios de comentarios a las noticias, ante el temor de que el tono de mensajes tóxicos e incivilizados afecte su reputación, o porque carecen de recursos para moderar una abrumadora cantidad de comentarios. De ahí que suelen ser los propios emisores quienes trasladen estos espacios de debate a sus páginas de sitios de redes sociales digitales (Reimer *et al.*, 2023).

Disciplinas de corte etnográfico, como la sociolingüística interaccional, se han girado hacia el estudio de la comunicación en Internet a fin de desentrañar cómo los interlocutores señalan e interpretan el significado en la interacción social y cómo el conocimiento sociológico y cultural y la comunicación se influyen mutuamente para dar sentido a las intenciones del hablante en los espacios en línea (Yus Ramos, 2018). Estos enfoques se centran, principalmente, en la caracterización de la naturaleza textual o discursiva que adquieren las llamadas comunidades virtuales o redes de relaciones personales que se forman sobre la base de creencias y prácticas compartidas mediante textos (Yus Ramos, 2010), donde sobresale la dimensión grupal o colectiva que adquiere el contenido propuesto por los usuarios, aun cuando se produzca desde el ámbito individual.

Algunos autores (Cáceres *et al.*, 2017) dan cuenta de una «sociabilidad virtual» conformada por nuevas formas de vinculación afectiva, diferentes modos de asumir el compromiso y la implicación en las relaciones personales y nuevas vías de vinculación social sobre las que asentar los grupos humanos. Francisco Yus (2020) sistematiza una serie de estudios que describen cómo la interacción en espacios virtuales está encaminada a la gestión de la identidad, ya sea en términos de auto-presentación o en la búsqueda o expresión de sentido de pertenencia y conectividad grupal, donde predomina la identidad grupal sobre la individual, pues el individuo se guía por patrones de conducta y rituales específicos para expresarse.

Se trata, en esencia, de reconocer cómo en el entorno virtual se replican procesos propios del entorno real, mediados por las condicionantes que supone la tecnología y su apropiación (cognitiva, social y cultural) por parte de los usuarios.

## La participación en línea: algunas reflexiones sobre su alcance

Mientras algunos señalan al mundo digital como la esperanza para la promoción del compromiso cívico, la pluralidad del discurso político y el incremento de la vigilancia pública y ciudadana del poder, desde enfoques más críticos se advierte, por ejemplo, de procesos de radicalización, fragmentación y polarización de la opinión pública dada la amplificación de un estado de ánimo público irreflexivo, manipulado y lleno de decibelios, que dificultan la reflexión serena (Fleig & von-Scheve, como se citó en Luengo et al., 2021).

Quand (2023) describe el tránsito de una etapa de euforia en la investigación sobre ciberperiodismo a un periodo de desilusión, seguido de pesimismo, al comprobarse no solo que las herramientas de participación en línea están fuertemente supeditadas a la decisión editorial final de los emisores, sino que, del lado de los usuarios, predomina la polarización, la incivilidad y la conversación tóxica en la *Web 2.0*. Masip, y otros (2019) argumentan cómo las investigaciones que desde el punto de vista teórico asumieron enfoques optimistas sobre la democratización que favorece el entorno virtual, terminaron migrando hacia posturas menos entusiastas a partir de las evidencias reveladas por los datos empíricos.

Asimismo, Naab y Sehl (2017) reconocen que la participación de los usuarios adquiere mayor protagonismo fuera de los servicios profesionales de comunicación mediática; Baños Moreno y otros (2017) constatan la limitada implementación de herramientas para que los usuarios generen contenido en periódicos digitales de referencia internacional; mientras que Barredo-Ibáñez y Díaz-Cerveró (2017) indican que los medios promueven más la recirculación o promoción de sus informaciones en las redes sociales que la modificación o creación de nuevos contenidos por parte de los usuarios.

González Arias y Satt Román (2016) identifican que, en sus discursos, los usuarios se vinculan a grupos sociales más o menos específicos, mediante criterios de filiación cultural, religiosa, étnica, lo que conduce tanto a la identificación con los semejantes como al enfrentamiento con los miembros de los grupos que consideren una amenaza. Lo anterior pone sobre aviso a la comunidad científica sobre la fragmentación de la esfera digital a partir de la supresión de la exposición a la diversidad, así como el aumento de la homogeneidad ideológica y de la discusión política maleducada, irrespetuosa y agresiva (Luengo et al., 2021).

Resulta pertinente, por tanto, establecer criterios para evaluar el alcance de la participación en línea. Independientemente del impulso que puede dar Internet a viejas y nuevas formas de participación, entre las que destacan la monitorización y vigilancia tanto de la gestión de los medios como de las instituciones gubernamentales (Casero-Ripollés, 2016), en ningún caso debe considerarse como unívoca o directamente proporcional la relación entre acceso a la Web e incremento o eficiencia de la participación ciudadana.

Se debe prestar atención al acceso cognitivo, caracterizado por las representaciones y conocimientos que subyacen a las expectativas de los usuarios, que los motivan a tomar

contacto con los medios tecnológicos y atribuirle un sentido a la experiencia interactiva (Morales y Loyola, como se citó en Fernández Massara, 2016). Ello explica la pertinencia de acudir a enfoques transdisciplinarios, que permitan estudiar la conducta social de los usuarios en diferentes tipos de entornos virtuales y evitar los riesgos de posiciones optimistas que sobredimensionen el alcance real de estos procesos.

## CONCLUSIONES

La participación en línea constituye una categoría estrechamente vinculada con el carácter interactivo de la Web, y se define como el tipo de acción específica o intervención realizada por el usuario en el ciberespacio que le otorga reciprocidad al proceso comunicativo, y confiere nuevos roles comunicativos a las audiencias, que ahora trascienden la apropiación de mensajes para asumir una función productiva, aunque supeditada a la acción del emisor en tanto iniciador y moderador del proceso.

La presente investigación distingue entre tres modalidades de participación de los usuarios conectados en línea y propone separar los estudios sobre periodismo participativo de las investigaciones sobre los comentarios a la noticia digital, teniendo en cuenta que la participación se da en dos momentos diferentes de la construcción de la noticia. La tercera modalidad descrita alude a una variante tradicional de participación ciudadana que adquiere nuevas dimensiones al constituirse el escenario virtual como el nuevo espacio público, y está estrechamente vinculada con el carácter colectivo o grupal que puede llegar a alcanzar el contenido generado por el usuario.

En la producción científica sobre la participación en línea prevalecen tanto posiciones esperanzadoras y optimistas que confieren un estatus democratizador a las plataformas virtuales, como tendencias apocalípticas con relación al verdadero alcance de la acción de los usuarios. Dada la variedad de variables (psicológicas, cognitivas, lingüísticas, tecnológicas) que intervienen en los procesos de participación en línea, y según la evidencia de investigaciones teóricas y empíricas, se recomienda, para futuras investigaciones, delinear enfoques metodológicos que permitan evaluar, en la práctica, el alcance y trascendencia de los procesos que protagonizan los usuarios en el ciberespacio.

## BIBLIOGRAFÍA

- A. G. M. VAN DIJK, J. (2006). *The network society: Social aspects of new media* (2nd ed). Sage Publications.
- AGUIRRE SALA, J. F. (2013). Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales. *Culturales*, 1(2), 119-150.
- ALSAEEDI, A. (2021). *The integration of user-generated content and networked journalism within professional journalistic frameworks at the Arabic news channels* [Tesis de Doctorado]. University of Sheffield.

- ANTONOPOULOS, N., KONIDARIS, A., POLYKALAS, S., & LAMPROU, E. (2020). Online Journalism: Crowdsourcing, and Media Websites in an Era of Participation. *Studies in Media and Communication*, 8, 25-36.
- APARICI, R., & GARCÍA-MARÍN, D. (2018). Prosumers and emirecs: Analysis of two confronted theories. *Comunicar*, 26(55), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- ARNSTEIN, S. (1969). A Ladder of citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224.
- BAÑOS-MORENO, M.-J., PASTOR-SÁNCHEZ, J.-A., & MARTÍNEZ-BÉJAR, R. (2017). Interactivity features of Online Newspapers: From a facsimile model to a multimedia model one. Interactivity in online journals. *Anales de Documentación*, 20(2). <https://doi.org/10.6018/analesdoc.20.2.282401>
- BARREDO-IBÁÑEZ, D., DÍAZ-CERVERÓ, E., GARZÓN, K. T. P., & QUINTERO, N. F. (2017). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 273-294. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1165>
- BRUCE, I. (2011). Evolving Genres in Online Domains: The Hybrid Genre of the Participatory News Article. En A. Mehler, M. Santini, & S. Sharoff (Eds.), *Genres on the Web. Computational Models and Empirical Studies* (pp. 323-350). Springer.
- BRUNS, A. (2008). The active audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching. En D. Domingo & C. Paterson (Eds.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. Peter Lang Publishing.
- BRUNS, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Peter Lang Publishing.
- CASERO-RIPOLLÉS, A. (2016). La honda de David: Internet, periodismo, democracia y participación ciudadana. En A. Casero-Ripollés (Ed.), *Periodismo y democracia en el entorno digital* (pp. 53-64). Sociedad Española de Periodística.
- CASTELLS, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Plaza y Janés Editores.
- CASTELLS, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266.
- CHIRINOS, E., & TORRES SALAS, L. (2015). La participación ciudadana: Un desafío para el ciberperiodismo. *Temas de Comunicación*, 31, 123-148.
- CHUNG, D. S. (2008). Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 658-679. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00414.x>
- CODINA, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas. *Revista ORI*, 11(2), 139-153. <https://doi.org/10.14201/orl.22977>

- CORDOURIER REAL, C. R. (2016). Participación ciudadana e instituciones: Un análisis desde la teoría democrática de Robert A. Dahl. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 33(99). <https://doi.org/10.24201/es.2015v33n99.1390>
- CORRALES MEJÍAS, R. (2015). *Impacto de las Redes Sociales sobre la Participación Ciudadana en Procesos Electorales y la Democracia: Caso de Costa Rica* (p. 58). CLACSO.
- DEUZE, M. (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>
- DEUZE, M., BRUNS, A., & NEUBERGER, C. (2007). Preparing for an age of participatory news. *Journalism Practice*, 1(3), 322-338. <https://doi.org/10.1080/17512780701504864>
- DOMINGO, D., QUANDT, T., HEINONEN, A., PAULUSSEN, S., SINGER, J. B., & VUJNOVIC, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342. <https://doi.org/10.1080/17512780802281065>
- ESTUPIÑÁN VILLANUEVA, A., MOLINA CARMONA, E., FLOREZ GUEVARA, S., & MARTÍNEZ BERMEJO, J. R. (2017). La participación digital en la construcción de la e-democracia y ciudadanía digital. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 1-22.
- FERNÁNDEZ MASSARA, M. B. (2016). Mediaciones tecnoeducativas. Consideraciones teóricas a partir de la obra de Jesús Martín Barbero. *Comunicación y Sociedad*, 27, 197-220.
- FONDEVILA GASCÓN, J. F., VILA, F., ROM-RODRÍGUEZ, J., & PERELLÓ-SOBREPERE, M. (2020). Interactividad en la prensa online. Una comparativa en diarios regionales y de referencia en Cataluña. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1421-1431. <https://doi.org/10.5209/esmp.67033>
- GARCÍA DE TORRES, E. (2010). Contenido generado por el usuario: Aproximación al estado de la cuestión. *El Profesional de la Información*, 9(6), 585-594. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.04>
- GARCÍA GUTIÁN, E. (2016). Democracia digital. Discursos sobre participación ciudadana y TIC. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 169-193. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.05>
- GIL RAMÍREZ, M., & GÓMEZ DE TRAVESEDO, R. (2021). Repensar la comunicación política en el contexto digital. Ciberdemocracia ¿democracia deliberativa? *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, 63-87.
- GONZÁLEZ MANZANERO, R. (2020). Los comentarios digitales de los usuarios en los periódicos en línea: Análisis de la coherencia y la interactividad. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 83, 77-92. <https://doi.org/10.5209/clac.70565>
- GULLÓ, M., & MANCEBO-ARACIL, J. (2017). Comunicación y participación online: La evolución de los procesos participativos en entornos virtuales. *Miguel Hernández Communication Journal*, 8, 413-434.

- HERMIDA, A., DOMINGO, D., HEINONEN, A., PAULUSSEN, S., QUANDT, T., REICH, Z., SINGER, J. B., & VUJNOVIC, M. (2011). The active recipient: Participatory journalism through the lens of the Dewey-Lippmann debate. *International Symposium on Online Journalism*, 1(2).
- HERMIDA, A., & THURMAN, N. (2008). A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, 2(3), 343-356. <https://doi.org/10.1080/17512780802054538>
- HERRERADAMAS, S. (2006). Internet y las nuevas formas de participación de los oyentes en los programas de radio. *Comunicação e Sociedade*, 9, 83-90. [https://doi.org/10.17231/comsoc.9\(2006\).1156](https://doi.org/10.17231/comsoc.9(2006).1156)
- JENSEN, J. F. (1999). *Tracking a New Concept in Media and Communication Studies*. 20.
- JONES, P., & HOLMES, D. (2014). *Key Concepts in Media and Communications*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781473914582>
- KIMANI, R. (2019). La participación ciudadana en los medios de comunicación y las normas culturales en torno a la radio Mugambo Jwetu FM. *Anthropologica*, 37(42), 245-269. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.201901.011>
- LASICA, J. D. (2003, agosto 7). What is participatory journalism. *Online Journalism Review*. <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>
- LIVINGSTONE, S. (2013). The Participation Paradigm in Audience Research. *The Communication Review*, 16(1-2), 21-30. <https://doi.org/10.1080/10714421.2013.757174>
- LUENGO, O., GARCÍA-MARÍN, J., & DE-BLASIO, E. (2021). COVID-19 on YouTube: Debates and polarisation in the digital sphere. *Comunicar*, 29(69), 9-19. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-01>
- MALTOS-TÁMEZ, A. L., MARTÍNEZ-GARZA, F. J., & MIRANDA-VILLANUEVA, O. M. (2021). Medios digitales y prácticas políticas universitarias en la esfera pública. *Comunicar*, 69, 45-55. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-04>
- MANOSEVITCH, I., & TENENBOIM, O. (2017). The Multifaceted Role of User-Generated Content in News Websites: An analytical framework. *Digital Journalism*, 5(6), 731-752. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1189840>
- MANOVICH, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Paidós Ibérica.
- MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L. (2005). La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la red. En *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (pp. 269-332).
- MARTÍNEZ-RODRIGO, E., & RAYA-GONZÁLEZ, P. (2015). *La función del prosumidor y su relación con la marca en Twitter*. 12.
- MASIP, P., GUALLAR, J., PERALTA, M., RUIZ, C., & SUAUA, J. (2015). Audiencias activas y periodismo: ¿ciudadanos implicados o consumidores motivados? *Brazilian Journalism Research*, 11(1), 240-261. <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n1.2015.795>

- MASIP, P., RUIZ-CABALLERO, C., & SUAU, J. (2019). Audiencias activas y discusión social en la esfera pública digital. Artículo de revisión. *El Profesional de la Información*, 28(2), 1-43.
- MESO AYERDI, K. (2005). Periodismo ciudadano: Voces paralelas a la profesión periodística. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 90, 4-15.
- MOLINA RODRÍGUEZ, L. (2022). Formas de participación de los usuarios de la prensa digital. *Cubadebate como caso de estudio. Cuadernos.info*, (52), 160-180. <https://doi.org/10.7764/cdi.52.31283>.
- MOYA, M., & VÁZQUEZ, J. (2010). De la Cultura a la Cibercultura: La mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad. *Cuadernos de Antropología Social*, 31, 75-96.
- MOYA MUÑOZ, P. (2015). Los comentarios de los usuarios en la prensa digital: Una propuesta para su estudio desde el discurso mediado por ordenador y los estudios periodísticos. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 4(1), 178-199.
- MOYA MUÑOZ, P. (2016). *Análisis comparativo de las estrategias metadiscursivas en los comentarios de noticias en la prensa digital española y chilena* [Tesis de Doctorado, Universitat Politècnica de València]. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/68499>
- NAAB, T. K., & SEHL, A. (2017). Studies of user-generated content: A systematic review. *Journalism*, 18(10), 1256-1273. <https://doi.org/10.1177/1464884916673557>
- NAEM, M., & OKAFOR, S. (2019). User-Generated Content and Consumer Brand Engagement. En G. Bowen & W. Ozuem (Eds.), *Leveraging Computer-Mediated Marketing Environments* (pp. 193-220). IGI Global.
- NAGAR, N. (2009). *The Loud Public: Users' Comments and the Online News Media*.
- NOBLÍA, V. (2015). Un pacto de mutua agresión: La negociación de la imagen y el rol de la audiencia en los diarios digitales. Los comentarios en el diario La Nación.com. *Texttos en Proceso*, 1, 14-49.
- PARINI, A., & GIAMMATTEO, M. (2014). Introducción. En A. Parini & M. Giammatteo (Eds.), *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales* (pp. 17-22). Editorial de la FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS-UNCUYO.
- PAULUSSEN, S., HEINONEN, A., DOMINGO, D., & QUANDT, T. (2007). DOING IT TOGETHER: CITIZEN Participation In The Professional News Making Process. *Observatorio (OBS\*)*, 1(3). <https://doi.org/10.15847/obsOBS132007148>
- PAVLIK, J. (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press.
- PETERS, C., & WITSCHGE, T. (2015). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation: Audiences, citizenship, and interactive tools in digital journalism. *Journalism Practice*, 9(1), 19-34. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928455>
- PINTO GARZÓN, K. T. P., BARREDO, D., ARCILA CALDERÓN, C., & SUING, A. (2018). La interactividad como un factor clave para la fidelización de las audiencias. Una aproximación al contexto colombiano. En C. Castro, A. Hernández, & D. de la Garza



- (Eds.), *Comunicación digital, redes y procesos en América Latina* (Universidad Autónoma de Nuevo León y COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, pp. 39-49).
- QUANDT, T. (2023). Euphoria, disillusionment and fear: Twenty-five years of digital journalism (research). *Journalism*, 14648849231192788. <https://doi.org/10.1177/14648849231192789>
- REICH, Z. (2011). User Comments: The transformation of participatory space. En J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Eds.), *Participatory journalism. Guardian open gates at online newspaper* (pp. 96-118). Wiley Blackwell.
- REIMER, J., HARING, M., LOOSEN, W., MAALEJ, W., & MERTEN, L. (2023). Content Analyses of User Comments in Journalism: A Systematic Literature Review Spanning Communication Studies and Computer Science. *Digital Journalism*, 11(7), 1328-1352. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1882868>
- RODRÍGUEZ BORGES, R. F. R. (2020). El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: la formación ética del periodista en la era de la posverdad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12.
- ROST, A. (2010). La participación en el periodismo digital: Muchas preguntas y algunas posibles respuestas. *Periodismo Digital En un paradigma de transición*, 96-109.
- RUIZ, C., MASIP, P., DOMINGO, D., NOCI, J. D., & MICÓ, J. L. (2013). Participación de la audiencia en el periodismo 2.0. En J. L. Gómez Mompert, J. F. Gutiérrez Lozano, & D. Palau Sampaio (Eds.), *La Calidad periodística: Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (pp. 133-146). Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.
- RUIZ-AGUILAR, M. A., & AVALOS-PELAYO, R. (2020). Contenido generado por los usuarios, su relación con la personalidad de marca y el valor de marca. *index.comunicación*, 10(1), 125-147. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/01Conten>
- SÁDABA, M. R. (2000). Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la world wide web. *Comunicación y Sociedad*, 13(1), 139-166.
- SAL PAZ, J. C. (2012). Estrategias argumentativas en comentarios de lectores de la prensa digital. *ALEDar-universidad Nacional Villa María*, 1550-1568.
- SAL PAZ, J. C. (2013). Comentario digital: Género medular de las prácticas discursivas de la cibercultura. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2(2), 152-171.
- SAL PAZ, J. C. (2016). El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de la Gaceta de Tucumán. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 158-216.
- SALAVERRÍA, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El Profesional de la Información*, 28(1-29). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- SANTOS, M. L. B. (2022). The “so-called” UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media. *Online Information Review*, 46(1), 95-113.
- SINGER, J. B. (Ed.). (2011). *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. Wiley-Blackwell.

SINGER, J. B. (2014). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), 55-73. <https://doi.org/10.1177/1461444813477833>

SORJ, B., & FAUSTO, S. (2016). *Activismo político en tiempos de Internet*. Edições Plataforma Democrática.

ZANOTTI, A. (2011). Explorando el informacionalismo: Nuevos escenarios de dominación, nuevos escenarios de disputa. *Astrolabio*, 7, 342-369.

## DATOS DE LAS AUTORAS

**Linnet Molina Rodríguez (1984, Santa Clara)**. Profesora Auxiliar del Departamento de Periodismo de la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas. Graduada de Periodismo en 2007. Máster en Ciencias de la Comunicación Social (2012). Actualmente es doctoranda del programa de Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de La Habana. Investiga temas relacionados con la cultura profesional de los emisores y la lingüística aplicada al estudio del discurso periodístico en medios impresos y digitales.

**Madeleyne Bermúdez Sánchez (1977, Santa Clara)**. Graduada de Letras en el año 2000, Máster en Lingüística Hispánica por la Universidad de La Habana (2006). Es Doctora en Ciencias Lingüísticas y Profesora Titular de la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas. Coordina el programa doctoral en Ciencias del Lenguaje, la Comunicación y la Literatura. Investiga en las áreas prosodia del español, linguopragmática y análisis del discurso.

**Mónica Lugones Muro (1971, Santa Clara)**. Doctora en Ciencias de la Comunicación Social, Máster en Ciencias de la Comunicación, Licenciada en Comunicación Social. Docente de las carreras de Periodismo y Comunicación Social, así como de programas de maestrías y doctorados de universidades cubanas y extranjeras. Es autora y coautora de artículos en revistas nacionales e internacionales. Coordinadora del Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de La Habana.

**CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:** MOLINA, L.; BERMÚDEZ, M.; LUGONES, M. (2024). Modalidades de la participación en línea. Hacia una delimitación conceptual. *Islas*, 66(209): e1476.



Este texto se distribuye bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Licencia Internacional.

ISSN: 0042-1547 (papel) ISSN: 1997-6720 (digital)  
<http://islas.uclv.edu.cu>