

# Redes Sociales, Participación política y polarización

Estudio de la opinión pública y su consumo de información en plataformas digitales

Francisco Villarroel

15 julio, 2020

## Introducción

Desde las últimas dos décadas hemos presenciado una transformación importante en las formas de intercambio de opinión política, formas de asociación y de mecanismos de presión y deliberación, generándose un verdadero *espacio público digitalizado y una sociedad civil digital*, conformando un pliegue digital que ha sido soporte fundamental para acciones colectivas en Chile desde el año 2010 hasta la fecha, estableciendo una nueva forma inmaterial de lo que ocurre en el mundo material (Castells, 2012; Dahlgren, 2015; Millaleo & Velasco, 2013).

Lo que en algún momento los académicos valoraban de manera optimista como espacios de sociabilidad y deliberación emergente y prometedora de la gran *ágora electrónica global* (Castells, 2001), se ha convertido en una visión más pesimista donde las grandes empresas controlan la mayor cantidad de plataformas digitales (Dolata & Schrape, 2018), construyen formas especiales de cómo se entiende este espacio digital en dichas plataformas a través de algoritmos. La construcción de estos algoritmos ha sido aprovechada por distintos grupos políticos que generan *Fake news* y posverdades (Karpf, 2017; Van der Linden et al., 2020), convirtiendo el espacio público digital en una zona de constante asedio de información y exposición de conflictos sociales, con una polarización política creciente y sostenida.

Probablemente el ciberactivismo ha llegado a su punto máximo en el país en el llamado “Estallido social” de Octubre del 2019. Señala Pablo Alcontá en un reciente artículo: “la principal arma de confrontación entre las armas del Estado de Chile, basadas en la violencia tanto de su fuerza y sus términos jurídicos, se han encontrado las redes sociales virtuales y los equipos de telefonía móvil de las manifestantes, con lo que han intentado capturar un fragmento de la realidad y hacer frente a la violencia, una forma otra de acción política” (Alcontá, 2020, p. 13). Las redes sociales se conformaron como el soporte principal para romper lógicas mediáticas que no dejaban conforme a una ciudadanía movilizadora, con altos niveles de desconfianza hacia el gobierno y con una creciente conformación de nuevos sujetos sociales que compartían información, consejos para las protestas, información crítica sobre dichos en medios de comunicación de masas tradicionales y que puso en tela de juicio todo el sistema comunicacional, apuntando a las bases de las estructuras del Estado Chileno.

Las últimas investigaciones publicadas constatan una creciente polarización por grupos en el país, desde el año 2014 hasta el 2017 (Lindh et al., 2019, p. 116). El ciberactivismo fue tomado por la prensa como la caja de resonancia que aumenta la polarización y el conflicto social entre las personas a partir del “Estallido social” (Pauta, 2019; Tercera, 2019), al punto de ser consideradas “fascistas” y que es necesaria su regulación y control (Financiero, n.d.). Sin embargo a pesar de que varios medios de comunicación instalaran esta idea, no se sabe cuál es la influencia real, qué efectos trae, cuál es su intensidad y las maneras en que se gatilla, si es que ocurren.

## Objetivos e Hipótesis

El objetivo central de esta investigación es observar la opinión pública y la polarización política existente en la población en base a su consumo de información de plataformas digitales, llamadas “SNS” o también “Redes sociales”. A modo de hipótesis, consideramos que:

- H1: Mientras más alto el consumo de información vía redes sociales, mayor probabilidad de tener posiciones más extremas en el espectro de opinión pública.
- H2: Mientras más consumo de información vía redes sociales las personas se vuelven menos “indecisas”, tomando posición de acuerdo o desacuerdo en distintos temas.
- H3: Mientras más consumo de información vía redes sociales hay mayor apuntalamiento o acumulación de personas entorno a un grado de de acuerdo o desacuerdo frente a distintos temas, dejando formas de distribución bimodales dentro del espectro de opinión.

Presentaremos además el marco teórico que moviliza esta investigación y luego la metodología empleada.

## Marco teórico

El concepto principal anidador de todos los demás es el de Democracia participativa, con esto se señala la búsqueda de la superación de una democracia meramente representativa y comenzar a institucionalizar y considerar los mecanismos de deliberación y participación política (Mella, 2012). Una de las inspiraciones más clásicas de este concepto y sobre todo el de la deliberación es Jürgen Habermas, quien a partir de una teoría de acción comunicativa señala que existe ante todo una esfera pública construida a partir del ascenso de la burguesía, y que a partir de ese espacio público se puede conversar libremente y de manera racional lo que afecta a lo público. Sin embargo como apunta Nancy Frazer las discusiones entre iguales son bastante escasas, siendo el apareamiento de respuestas contrapúblicas, de competencia y disputa entre esferas públicas más constituidas y tradicionales una mejor forma de análisis cómo se constituye la democracia.

La participación política es una parte fundamental de la mantención, profundización y legitimidad de la democracia. Y con ella nos referimos a toda gama de acciones como manifestaciones, ir a votar, participar de comicios, la militancia en un partido político o en otras organizaciones sociales. Estas se dividen en participación pasiva, que se caracteriza por la presencia en actividades o momentos políticos, y el activo que es la representación de las organizaciones en las que participa o promotor mismo de sus propias acciones políticas.

A partir de esta concepción que enfatiza la participación es que es necesario despejar dos binomios de conceptos: La sociedad civil como protagonista central de la democracia, la ciudadanía como articulador entre sujetos. El segundo binomio es la opinión pública como producto de los intercambios y deliberaciones de ciudadanos y sociedad civil en conjunto, y la participación política como forma de intervención y presión que tienen los distintos grupos de la sociedad civil ante el Estado y el mercado.

El concepto de sociedad civil tiene una larga data y con una discusión bastante interesante desde principios de s.XIX a la actualidad, teniendo presente en que la sociedad civil no es ni el Estado ni el mercado, sino que nace un tercer sector distinto de los otros dos y propio de la modernidad. En ese sentido nos encuadramos en la discusión de siglo XX, si la sociedad civil es parte de una teoría del conflicto (Gramsci) o si es para una teoría de la integración (Parsons), decantando por la primera: la sociedad civil se vuelve un terreno de disputa donde la hegemonía y la contrahegemonía para buscar el consenso son sus elementos fundamentales (Cohen et al., 2001: 176), considerando al Estado y a la economía como dos esferas distintas de la sociedad civil, refrendando un modelo tripartito.

Las limitaciones que tiene este modelo son al menos dos: no considera las concepciones de “sociedad civil transnacional” pues al estar pensado en un marco territorial definido no considera asociaciones como ONG’S, fundaciones, organismos internacionales que activan y tienen sus propios grupos de interés que llegan a competir, hegemonizar o agruparse con otros. Por otro lado observar la sociedad civil como conflicto no permite analizar correctamente algunas organizaciones de la sociedad civil que no se plantean como tal y son más bien prosociales y fomentan la cohesión. Sin embargo para efectos de esta investigación la perspectiva de la sociedad civil como conflictos por la hegemonía es más que apropiada.

Por otro lado, la ciudadanía la comprendemos como una forma de articulación social de individuos en organizaciones (formales o informales) que disputan la res pública y los términos en que ella se constituye, a través de la identificación dinámica y dialéctica, en pos de una democracia radical de participación y de disputa de la hegemonía/consentimiento y el poder. En este sentido en la actualidad estamos en presencia de

un nuevo ciudadano: el ciudadano digital, que es un “ciudadano empoderado, informado gracias a múltiples fuentes, ya no actuando desde el deber, sino motivado por sus intereses individuales, y que gracias al Internet móvil se puede coordinar con otros para incidir en la vida social y política, de forma instantánea y sin importar las distancias geográficas” (Santana, 2016: 108).

El último de estas diadas de conceptos es el de opinión pública. Este se comprende como el escenario donde la sociedad civil intenta disputar el sentido común y la legitimidad del gobierno, dado que lo público es de “interés general, el bien común, y en esencia, la res pública” (Sartori & Morán, 2002). Es importante entender que la opinión pública está constantemente mediada por actores y mecanismos que buscan dominarla como la propaganda o los medios de comunicación de masas, pero que es capaz de generar sus respuestas contra públicas que los teóricos de las redes sociales digitales han podido contrahegemonizar (Castells, 2009; Chadwick, 2013).

El último concepto que traemos a colación es el de polarización política. Con polarización política Con Polarización política entiendo como el “distanciamiento ideológico”, y que siguiendo a Sartori (2009), tienen características de tendencia ideológica centrífuga por sobre la centrípeta (2009, p. 178), es decir que hay una tendencia de irse hacia los extremos de las posiciones sociales de todo el espectro ideológico más que al centro y donde “la distancia entre ellos abarca el espectro máximo posible de opinión” (2009, p. 177), con estructuración ideológica congenita que produce distanciamiento hasta en los fundamentos principales en la que se funda su ideología (2009, p. 179).

Los estudios sobre polarización política han sido bastante variados y la ciencia política mantiene una tradición bastante marcada de entenderlas como dispersión de pensamiento (Bordonaba-Plou, 2019), sin embargo vale recordar que hay otras formas de observar a polarización: la llamada “polarización por grupos” que se define por la distancia de pensamiento entre personas que ya se identifican como similares, que busca constatar si “se están formando o no grupos distantes unos de otros y con preferencias incompatibles” (DiMaggio et al., 1996; Lindh et al., 2019). O como el mismo Bordonaba-Plou propone, entender la polarización como “impermeabilidad”: “se refiere al grado en el que las poblaciones o los grupos se vuelven impermeables a las ideas, argumentos o razones de otros grupos, por ejemplo, de aquellos que tienen ideas e intereses políticos distintos. Un grupo puede polarizarse políticamente en la medida en que cada vez sea más impermeable a las ideas políticas de los grupos con ideología no afín” (Bordonaba-Plou, 2019, p. 304).

La ventaja que tiene a primera visión sobre la polarización es que es bastante sencilla de establecer para estudios cuantitativos como encuestas sociales o de opinión pública, frente a una dificultad metodológica de la segunda, más accesible a experimentos que diseños muestrales grandes. Por otro lado, la debilidad de la primera definición frente a la segunda es su posible excesiva estandarización y poca sensibilidad a los matices que podrían haber entre formas de polarización, así como una posible caricaturización del abanico político/ideológico total que puede tener una población determinada.

## Metodología

Para la realización de esta investigación se utilizó la encuesta CEP del mes de Diciembre del año 2019. Esta encuesta, como señala su ficha técnica, posee un muestreo probabilístico ultratípico con un total de 1496 encuestas hechas válidamente. Utilizamos esta encuesta dado el tipo de muestreo que utiliza, su sistematicidad a través del tiempo y su accesibilidad. Se utilizará como variable independiente la exposición a información a redes sociales, la cual se crea a partir de la pregunta 30 “¿Cuánta información recibió usted de situaciones relacionadas a la crisis de comenzó en octubre 2019 a través de los siguientes medios?”. Se agrupó en una nueva categoría llamada “muchoa información” quienes respondieron originalmente “Mucha” y “bastante”; por otro lado se agrupó en una segunda categoría llamada “poca información” a quienes respondieron “algo”, “poca”, y “nada” de información.

Luego de construir nuestra variable independiente, elegimos cinco preguntas sobre el valor que las personas asignan al sistema político chileno. Estas se dividen en tres preguntas sobre el rol de la democracia y la influencia de distintos actores en la creación de políticas públicas:

- Pregunta 5.a: “Las políticas públicas generalmente reflejan lo que quiere la mayoría de los ciudadanos”

- Pregunta 5.c: “Los ciudadanos más ricos tienen más influencia que los demás ciudadanos en las políticas públicas”
- Pregunta 5.d: “Las empresas y los grupos de interés influyen enormemente en las políticas públicas”

Estas preguntas<sup>1</sup> ayudan a evaluar el funcionamiento general que tiene la democracia y observar la percepción de las personas en tanto el peso que distintos actores sociales tienen más peso: si los ciudadanos, las empresas o las personas más ricas.

Además de ello se decidió integrar preguntas sobre el valor de los partidos políticos en la democracia, siendo un elemento fundamental en el funcionamiento político occidental. Para ello se tomaron las siguientes preguntas del módulo especial:

- Pregunta 6.a: “Los partidos políticos reflejan las demandas de los ciudadanos”
- Pregunta 6.b: “Los partidos políticos son indispensables para la democracia”

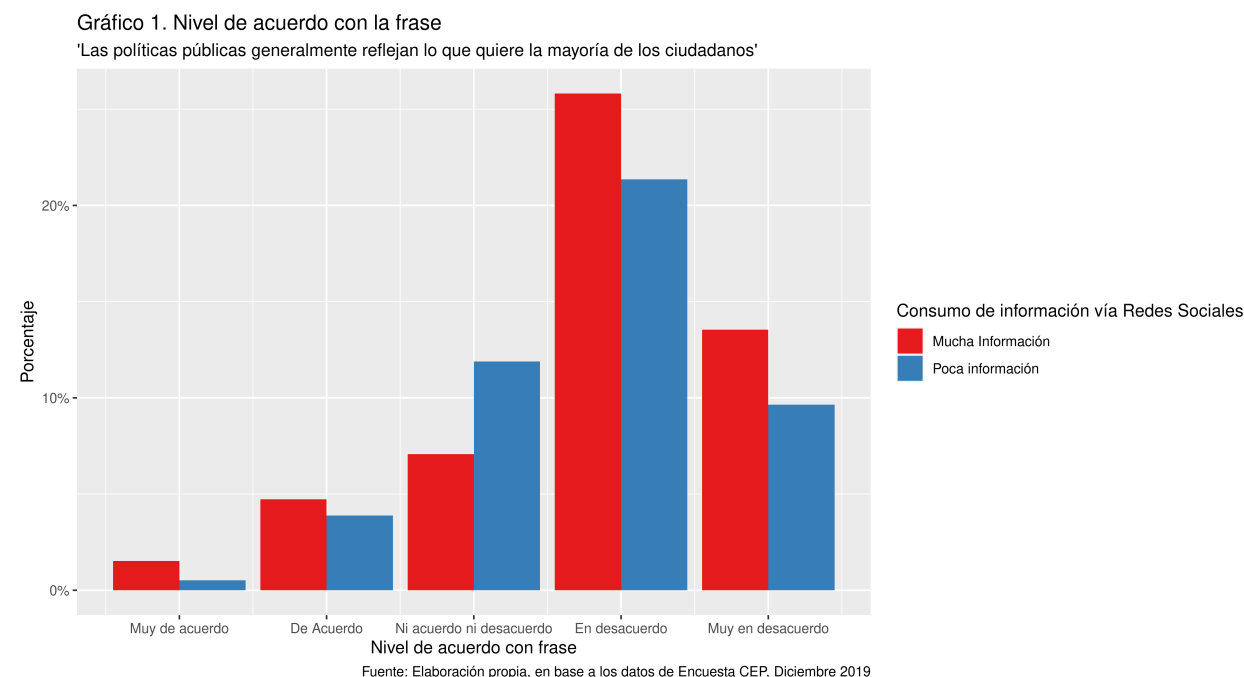
Para el análisis de la información se realizaron tablas de contingencia para la comparación entre las categorías de “muchísima información” y “poca información” en cada una de las preguntas, observando la distribución porcentual de los grados de acuerdo en cada uno de los subgrupos. Sobre ella nos vamos a centrar en 3 puntos esenciales:

- Nivel de respuestas “ni acuerdo ni desacuerdo” según cantidad de información consumida. Esta respuesta habla de indecisión al momento de tomar posición y ver las variaciones entre uno u otro grupo son fundamentales.
- Nivel de “extremismo” de respuestas, observando cuánto porcentaje se acumula en ambas puntas del rango de opiniones.

Además de estas observaciones más bien descriptivas, las acompañaremos con las observaciones de Di Maggio y tomadas también por Lindh y otros investigadores sobre observar la polarización de la población a partir de la varianza y la curtosis de cada una de las preguntas.

## Análisis de resultados

Exponeremos acá los principales resultados de las preguntas seleccionadas.

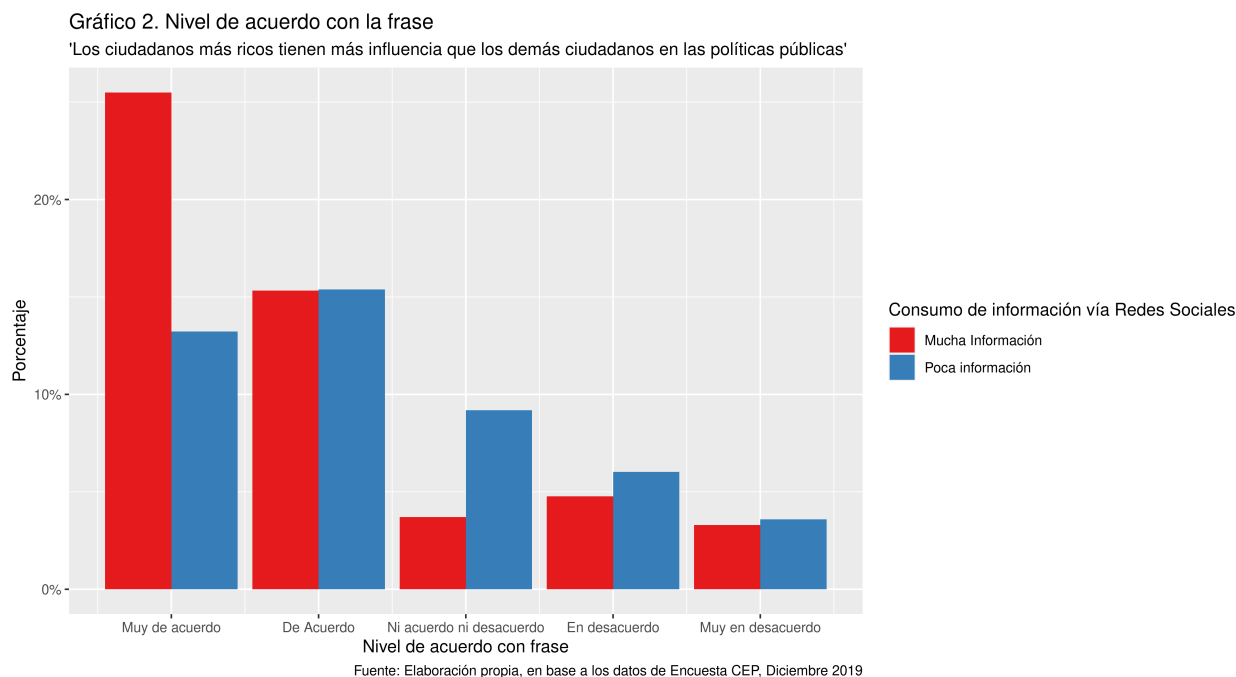


<sup>1</sup>No se consideró la pregunta 5.b (“Las políticas públicas generalmente reflejan lo que quiere usted” pues la pregunta considera la opinión propia sobre el reflejo de uno en el estado y no de su funcionamiento estructural)

En el gráfico 1 podemos observar que existe, en términos generales, un nivel de desacuerdo considerable sobre la frase sondeada. Incluso si observamos de forma agrupada el consumo de información, en ambas categorías están concentradas en las respuesta “en desacuerdo” y “muy en desacuerdo”, acumulando casi un 40% en el caso de quienes reciben mucha información y más de 30% en el caso de quienes consumen “poca información” vía redes sociales.

Ya de manera más desagregada, podemos observar algunas diferencias importantes. En primera instancia, la respuesta “ni acuerdo ni desacuerdo” tiene una diferencia de casi cinco puntos porcentuales, en la cual quienes consumen más información vía redes sociales se muestran más seguros de su opinión que quienes consumen una poca información vía redes sociales; Es más, esta respuesta es la segunda más frecuente en quienes tienen menor relación con la información en estas plataformas digitales. En este sentido la información vía SNS evidencia un vaciamiento del centro y político y de la inseguridad.

Si observamos los elementos de varianza y curtosis también constatamos algunos elementos interesantes: El grupo de personas que tiene una alta información vía redes sociales tiene una dispersión y un apuntalamiento de pensamiento político ( $var = 0.95$ ,  $k = 0.43$ ), respecto de quienes tienen menos exposición a información por plataformas digitales ( $var = 0.87$ ,  $k = 0.04$ ), sobre todo en el apuntalamiento de quienes revisan menos información vía redes sociales, donde observamos cerca de los 5 puntos porcentuales de diferencia entre los que consumen mucha información vía redes sociales frente a los que consumen poca información. Esto habla sin duda está fuera de un modelo clásico de consenso donde la mediana debería estar al centro de la opinión pública (Lindh et al., 2019, 107), pero que seguiremos observando en las siguientes preguntas.



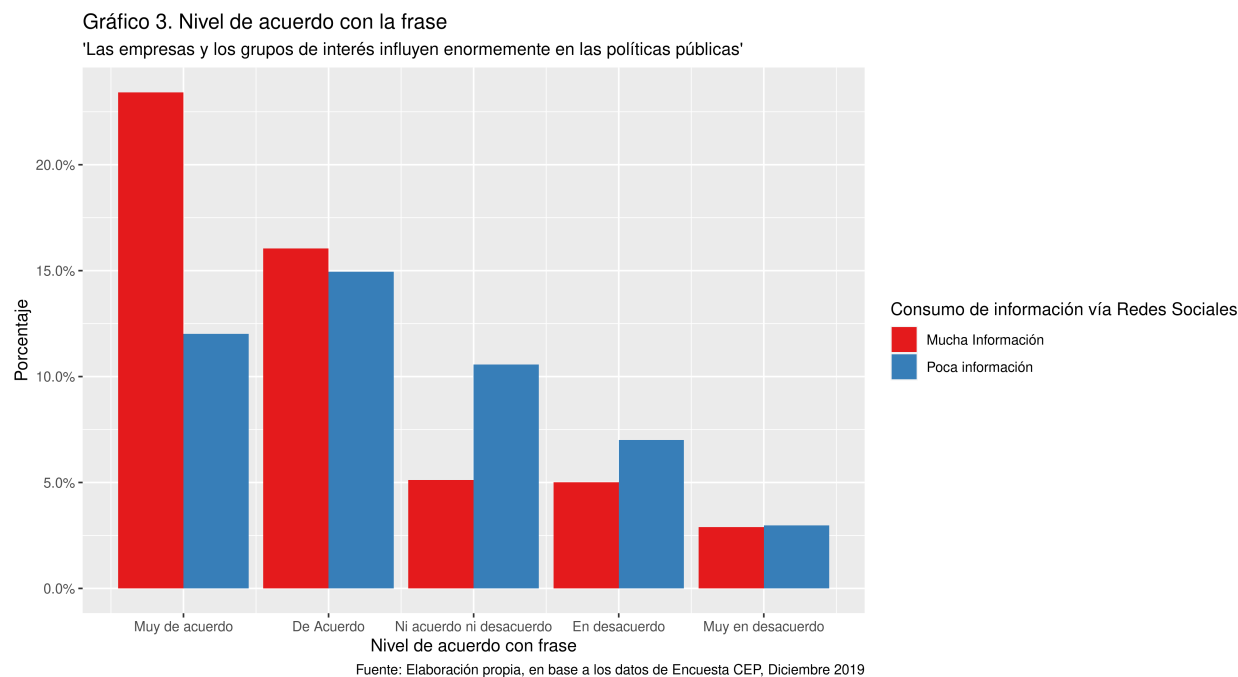
En el gráfico 2 observamos una tendencia bastante más radicalizada de lo que observamos en el caso anterior. independiende de las categorías analizadas, hay un claro acuerdo en creer que la gente más rica tiene más influencia que en las políticas públicas, habiendo en ambas categorías una concentración en el “muy de acuerdo” y el “acuerdo”.

En segundo punto vemos que nuevamente el centro de opinión o lugar de indecisión (“ni acuerdo ni desacuerdo”) tiene una muy alta diferencia entre quienes consumen mucha información vía redes sociales con respecto a quienes consumen poca información por estos medios, con una diferencia de unos 6 puntos porcentuales, dejando en un muy bajo nivel el medio del espectro de opinión.

Si embargo probablemente de manera visual el dato que llama más la atención es la diferencia en quienes están muy de acuerdo con la idea de que los ricos tienen más influencia que los demás ciudadanos, habiendo una

diferencia de 13 puntos porcentuales, habían una mayor frecuencia entre quienes consumen mucha información vía redes sociales, respecto de quienes consumen menos información vía redes sociales. Si comparamos estos datos dados por la varianza y curtosis, observamos que la varianzas son prácticamente iguales ( $var = 1.45$ ,  $var = 1.44$ ) entre los que se exponen mucho y poco a información de redes sociales, respectivamente. sin embargo las curtosis son diametralmente opuestas, mostrando una alta modalidad en quienes consumen mucha información ( $k = 0.49$ ) y una tendencia más hacia la bimodalidad entre quienes consumen menos información ( $k = -0.51$ ).

En síntesis, las personas que consumen mucha información creen de manera más generalizada que los ricos tienen más influencia que los ciudadanos normales, respecto de quienes no se informan por estos medios. esto habla de opiniones más extremas, pero no estrictamente polarizadas en lo que implica la teoría más clásica que la define.

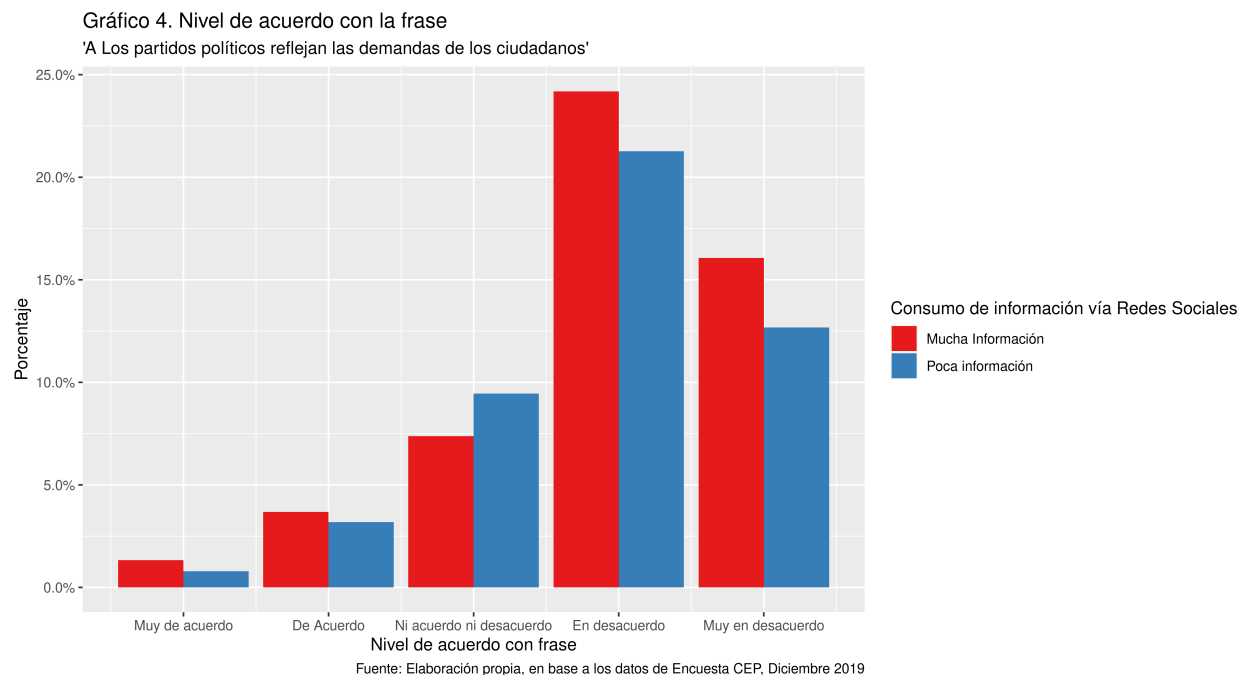


La tercera pregunta es sobre la influencia de empresas y de grupos de interés en las políticas públicas, la cual en general hay un agrupamiento más tendiendo a que la gente en efecto sí cree que estos actores sociales influyen en las políticas públicas, sin embargo en quienes reciben menos información de plataformas digitales la distribución no es tan concentrada en esas dos alternativas (“Muy de acuerdo” y “de acuerdo”), sino que se distribuye en una medida no menor en “ni acuerdo ni desacuerdo” y en desacuerdo. Profundizandosobre el segundo punto, vemos que hay en el centro de pensamiento cerca de 5 puntos porcentuales de diferencia, habiendo bastante menos inseguridad o opinión de centro de parte que tienen más consumo de redes sociales respecto de quienes consumen menos información de este tipo.

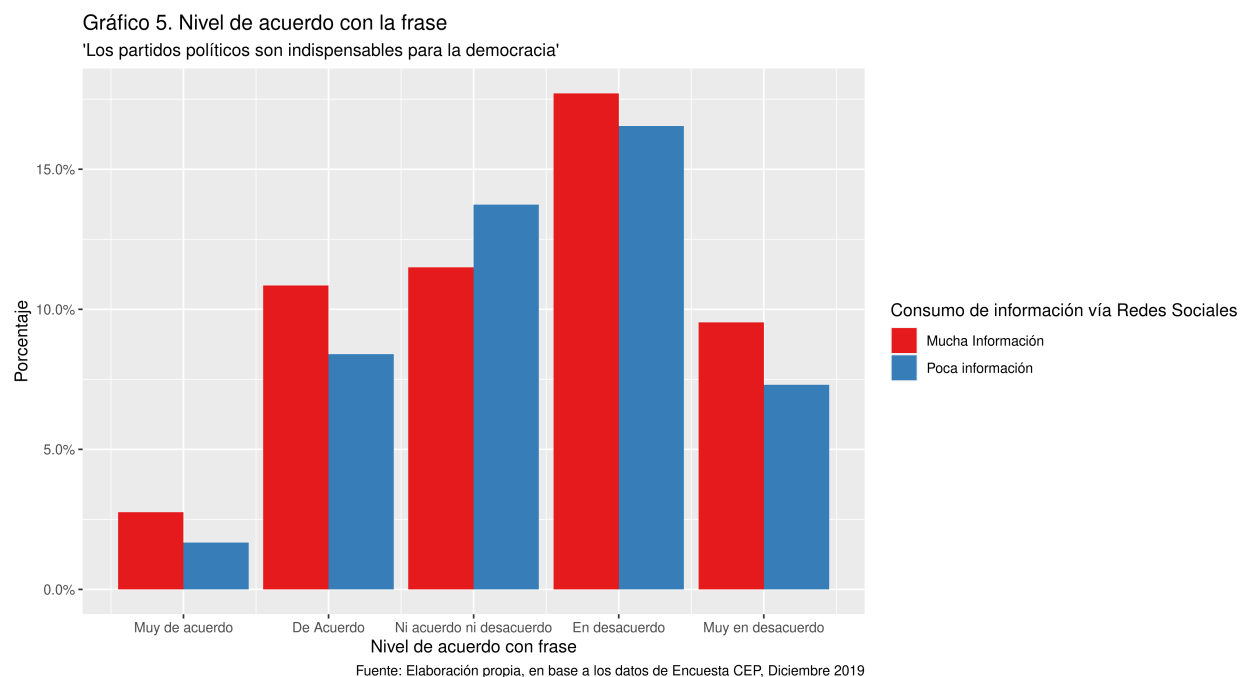
En lo que respecta la distribución de las respuestas, quienes consumen una mayor información vía redes sociales tiene una varianza levemente mayor y una curtosis que habla de una distribución unimodal ( $var = 1.43$ ,  $k = 0.18$ ), en comparación a quienes reciben poca información dentro de plataformas digitales ( $var = 1.31$   $k = -0.52$ ) que tiene una menor dispersión pero su apuntalamiento también es menor, no teniendo mayores *peaks* en algunas de las opciones. Es por esta misma razón que a nivel descriptivo llama la atención que la posición extrema de estar “muy de acuerdo” sobre la influencia de empresas y grupos de interés, teniendo una diferencia de más de once puntos porcentuales de diferencia con respecto a quienes reciben poca información.

En síntesis, vemos que hay una tendencia de dispersión y de simetría similares entre los que se exponen a mucha y a poca información, si embargo el apuntalamiento de las opiniones más extremas las tienen las personas que consumen más información de plataformas digitales, siendo menos propensos a irse al centro

o a ser indecisos y tomar posiciones con tendencia centrífuga respecto de quienes no tienen estas pautas informativas.



En el gráfico 4 y 5 veremos la percepción de la ciudadanía con respecto a los partidos políticos y cuál es su valor real.



## Discusión

## Conclusiones

Table 1: Descriptivos Pregunta

	Mean	Median	Std.Dev	CV
PPubMayo	3.82	4	0.95	0.25

Table 2: Otra tabla más grande

	1	2	3	4	5	<NA>	Total
Mucha información	20.12	62.41	93.32	340.73	178.80	3.15	698.53
Poca información	6.81	51.33	156.96	281.79	127.37	18.25	642.52
<NA>	1.91	9.80	26.82	67.55	37.63	11.25	154.95
Total	28.83	123.53	277.11	690.07	343.80	32.65	1496.00

	1	2	3	4	5	<NA>	Total
Mucha información	0.03	0.09	0.13	0.49	0.26	0.00	1
Poca información	0.01	0.08	0.24	0.44	0.20	0.03	1
<NA>	0.01	0.06	0.17	0.44	0.24	0.07	1
Total	0.02	0.08	0.19	0.46	0.23	0.02	1

### Anexos: Tablas de frecuencia, cruzadas y tablas de Varianza y Curtosis, segun preguntas seleccionadas

Puxa la custión

AIUDAAAAAAAAA

Putá la weá no sé qué hacer

Table 3: Varianza y curtosis pregunta 1

Expo_RRSS	VarGrupal1	KurtoGrupal1
Mucha información	0.96	0.44
Poca información	0.88	0.05
NA	0.88	0.28



## Referencias

- Alcota, P. (2020). La insurrección chilena del siglo XXI de los 30 pesos. *Revista Psicología Política*, 20, N47.
- Bordonaba-Plou, D. (2019). Polarización como impermeabilidad: Cuando las razones ajenas no importan. *Cinta de Moebio*, 66, 295–309. <https://doi.org/10.4067/s0717-554x2019000300295>
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Plaza & Janés.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder* (1. ed). Alianza.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Alianza.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Cohen, J. L., Arato, A., & Reyes Mazzoni, R. (2001). *Sociedad civil y teoría política*. Fondo de Cultura Económica.
- Dahlgren, P. (2015). The internet as a civic space. In S. Coleman & D. Freelon (Eds.), *Handbook of Digital Politics* (pp. 17–34). Edward Elgar Publishing.
- DiMaggio, P., Evans, J., & Bryson, B. (1996). Have American's Social Attitudes Become More Polarized? *American Journal of Sociology*, 102(3), 690–755. <https://doi.org/10.1086/230995>
- Dolata, U., & Schrape, J.-F. (2018). *Collectivity and Power on the Internet*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-78414-4>
- Financiero, D. (n.d.). *Ascanio Cavallo: "Las redes sociales están cumpliendo un papel fascista" - Diario Financiero*. <https://www.df.cl/noticias/reportajes/ascanio-cavallo-las-redes-sociales-estan-cumpliendo-un-papel-fascista/2020-02-06/195140.html>.
- Karpf, D. (2017). Digital politics after Trump. *Annals of the International Communication Association*, 41(2), 198–207. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1316675>
- Lindh, J., Fábrega, J., & González, J. (2019). La fragilidad de los consensos. Polarización ideológica en el Chile post Pinochet. *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 39(1), 99–127. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2019000100099>
- Mella, M. (2012). *Elementos de Ciencia Política. Conceptos, actores y procesos: Vol. I* (Santiago). RIL Editores.
- Millaleo, S., & Velasco, P. (2013). *Activismo digital en Chile*. Fundación Democracia y Desarrollo.
- Pauta. (2019). Polarizarse y deprimirse: los peligros de informarse únicamente por redes sociales. In *Pauta*. <https://www.pauta.cl/ciencia-y-tecnologia/polarizarse-y-deprimirse-los-peligros-de-informarse-unicamente-por-rrss>.
- Santana, L. E. (2016). "Ciudadanía en la esfera pública híbrida". In A. Arriagada (Ed.), *El mundo en mi mano: La revolución de los datos móviles*. (pp. 106–119). Fundación País Digital/Entel.
- Sartori, G. (2009). *Partidos y sistemas de partidos marco para un análisis*. Alianza Editorial.
- Sartori, G., & Morán, M. L. (2002). *Elementos de teoría política*. Alianza.
- Tercera, L. (2019). "Yo me salí del grupo de WhatsApp": el costo de la crisis en redes sociales. In *La Tercera*. <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/yo-me-sali-del-grupo-de-whatsapp/906628/>.
- Van der Linden, S., Panagopoulos, C., & Roozenbeek, J. (2020). You are fake news: Political bias in perceptions of fake news. *Media, Culture & Society*, 0163443720906992. <https://doi.org/10.1177/0163443720906992>