

# Redes Sociales, Participación política y polarización

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

Francisco Villarroel

14 julio, 2020

## Introducción

Desde las últimas dos décadas hemos presenciado una transformación importante en las formas de intercambio de pensamiento político, formas de asociación y de mecanismos de presión y deliberación política, 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, de manera que se establece 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), ahora se ha visto 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.

En Chile las últimas investigaciones constatan una creciente polarización por grupos (Lindh et al., 2019), donde las plataformas digitales se vuelven caja de resonancia y, según algunos expertos, aumentan la polarización y el conflicto social entre las personas a partir del “Estallido social” desde el 18 de Octubre del 2019 en Chile (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 comentaristas en Chile se hablan de polarización política y cómo las plataformas digitales contribuyen a ello, no se sabe cuál es la influencia real, qué efectos trae, cuál es su intensidad y las maneras en que se gatilla.

## Objetivos e Hipótesis

El objetivo central de esta investigación es observar el nivel de polarización política existente en la población en base a su consumo de información de plataformas digitales, llamadas “SNS” o también “Redes sociales”. El estallido social provocó una apertura radical en los repertorios de protesta social, la cual en un contexto de medios de comunicación cerrados y donde se daba énfasis en una visión ideológica favorable al gobierno, las redes sociales se convirtieron en un lugar de transmisión de información alternativa, creada por ciudadanos que circulaba horizontalmente por diversos medios alternativos pero también de manera interpersonal.

Consideramos que mientras haya un consumo de información más alto de información vía redes sociales, habrá una mayor probabilidad de tomar posición política y salir de la indecisión propia de las escalas likert de cinco puntos, habrá una mayor polarización como dispersión y apuntalamiento del pensamiento político según el espectro total, y

## 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(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” (177), con estructuración ideológica congénita que produce distanciamiento hasta en los fundamentos principales en la que se funda su ideología (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: 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 política, 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

### Análisis de resultados

#### Construcción de variables: exposición a información de Redes Sociales

**Hola!** Este es un archivo en Rmarkdown. ¿*Qué es Rmarkdown?*, Rmarkdown es un paquete de Rstudio utiliza un lenguaje de “marcaje” para construir textos y presentaciones. Puedes hacer archivos en formato *HTML*, *PDF*, and *MS word*. Ya pero: ¿Qué chucha es el “marcaje”? El marcaje es un lenguaje de programación donde reparar texto para salir formateado de la forma en que tu quieras; es como cuando tu escribes en Whatsapp o Telegram las “” o las “\_” para las negritas y cursivas, y cuando envías el mensaje aparece el resultado que son **Las negritas** o *Las cursivas*

Además de eso puedes escribir distintos puntos por separado:

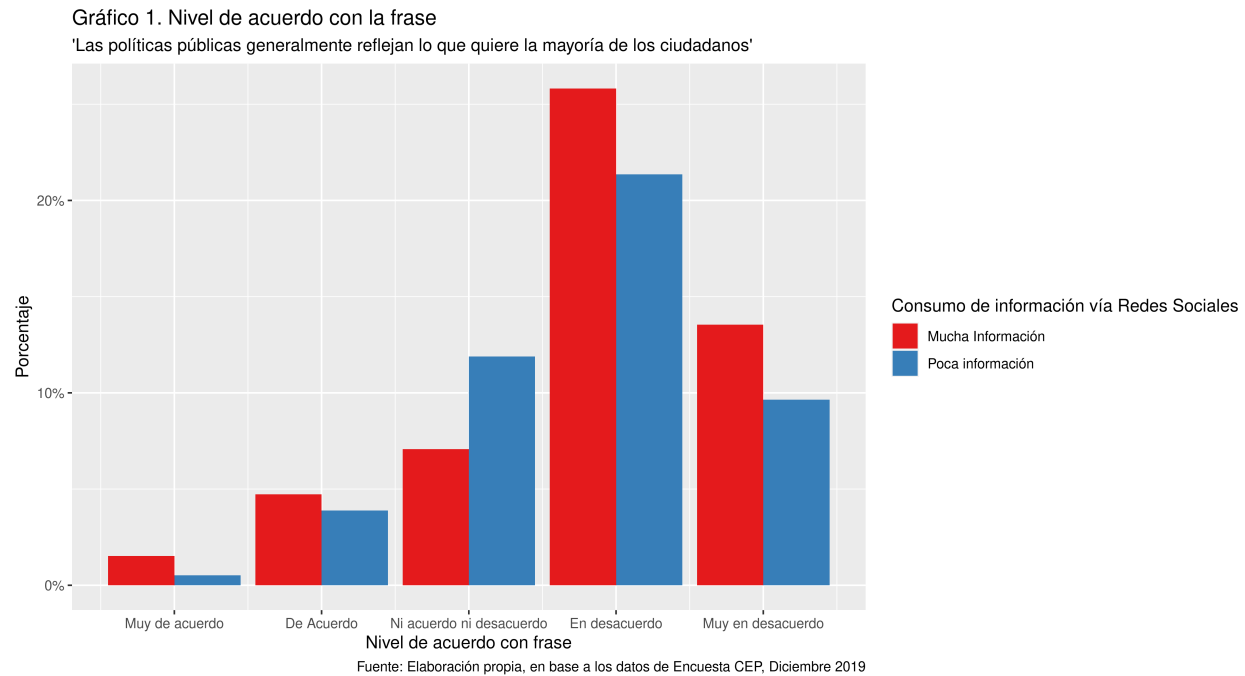
- Como este

Sin embargo puedes hacer sub categorías cuando estás enlistando algo:

- Podemos hacer una
  - y luego otra
  - y otra más!

### Otros ejemplos

Acá hay algunos elementos para probar si los comandos funcionan bien (Anderson, 2019). Lamentablemente el primero, de la imagen, AHORA SI FUNCIONA MIERDAAAA(Anagnostopoulos et al., 2014; Lindh et al., 2019):



Pero no importa, porque eso ya lo resolveré pronto

Por otro lado esta taba sí funciona, aunque es bastante fea.

```
## Weighted Frequencies
## CEP_Electivo$Expo_RRSS
## Type: Character
## Weights: POND
##
```

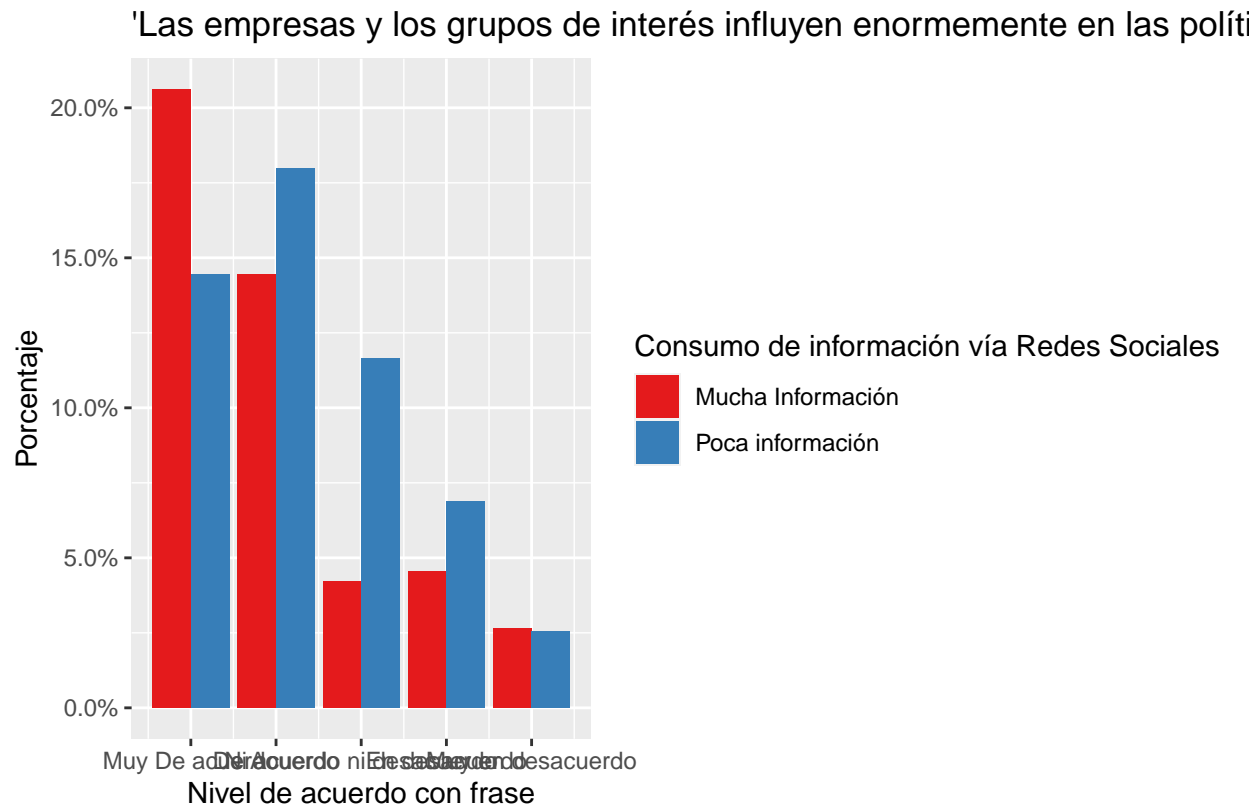
	Freq	% Valid	% Valid Cum.	% Total	% Total Cum.
Mucha información	698.53	52.09	52.09	46.69	46.69
Poca información	642.52	47.91	100.00	42.95	89.64
<NA>	154.95			10.36	100.00
Total	1496.00	100.00	100.00	100.00	100.00

¡Pero no os preocupéis! Existe un paquete llamado **knitr** que nos permitirá hacer bellas tablas que cualquier consultora envidiaría.

Aunque ....

No todo es tabla en esta vida, también tenemos... ¡Gráficos!

Un ejemplo de ellos es el siguiente:



en base a los datos de Encuesta CEP, Diciembre 2019

Se ve muy apretado, cierto? Bueno eso también será cambiado en el futuro para ser la envidia del guatón correa

## Otras partes más fomes que vienen en el archivo por defecto

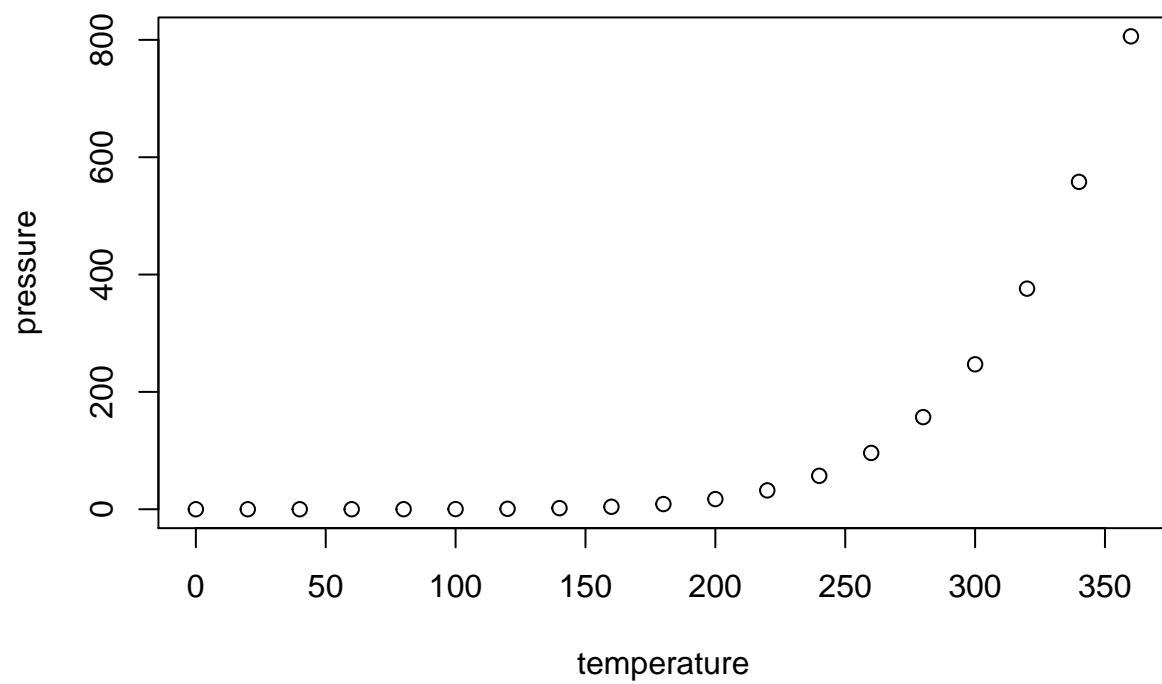
When you click the **Knit** button a document will be generated that includes both content as well as the output of any embedded R code chunks within the document. You can embed an R code chunk like this:

```
summary(cars)
```

```
##      speed      dist
##  Min.   : 4.0    Min.   : 2.00
##  1st Qu.:12.0    1st Qu.: 26.00
##  Median :15.0    Median : 36.00
##  Mean   :15.4    Mean   : 42.98
##  3rd Qu.:19.0    3rd Qu.: 56.00
##  Max.   :25.0    Max.   :120.00
```

## Including Plots

You can also embed plots, for example:



Note that the `echo = FALSE` parameter was added to the code chunk to prevent printing of the R code that generated the plot.

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

## Referencias

- Anagnostopoulos, A., Bessi, A., Caldarelli, G., Del Vicario, M., Petroni, F., Scala, A., Zollo, F., & Quattrociocchi, W. (2014). Viral Misinformation: The Role of Homophily and Polarization. *arXiv:1411.2893 [Physics]*. <http://arxiv.org/abs/1411.2893>
- Anderson, P. (2019). "Independence 2.0": Digital activism, social media and the Catalan independence movement. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(2), 191–207. [https://doi.org/10.1386/cjcs\\_00003\\_1](https://doi.org/10.1386/cjcs_00003_1)
- 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.
- 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., & 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>