

Aunque investigaciones sugieren que la desinformación, los algoritmos y las redes sociales pueden exacerbar la distancia entre las ideas, aún no está claro si esto se genera por las plataformas o solo se acentúa en ellas, plantean los expertos.

JANINA MARCANO

“Polarización” es una palabra que cada vez se escucha con más frecuencia. Y también se ve: sin ir más lejos, las noticias desde EE.UU. mostraban a una sociedad polarizada previo a las elecciones presidenciales.

Distintas investigaciones también han demostrado cómo diversos países han aumentado su polarización (ver recuadro).

“Cuando uno piensa en polarización, se tiende a pensar solo desde el punto de vista ideológico, es decir, que ciertos grupos piensen de forma muy distinta sobre ciertas políticas públicas o ideas, pero lo que uno ha visto en varios países, particularmente en EE.UU., es que efectivamente hay una situación de creciente polarización afectiva, que es la animadversión y rechazo o reacción emocional que tiene un grupo frente a sus adversarios”, dice Sebastián Valenzuela, experto en comunicación política y medios digitales y académico de la U. Católica.

Lo que dice la evidencia

Un estudio de 2023 de la U. de Palermo (Argentina) concluye que “la polarización social, entendida como un fenómeno de división en las sociedades en torno a posiciones extremas, se ha ido profundizando (en distintos países) en política desde hace varias décadas”.

Otro trabajo, publicado en 2022 y realizado por el Pew Research Center, indica que la polarización política ha aumentado en varios países, especialmente en EE.UU., lo que ha reducido el diálogo.

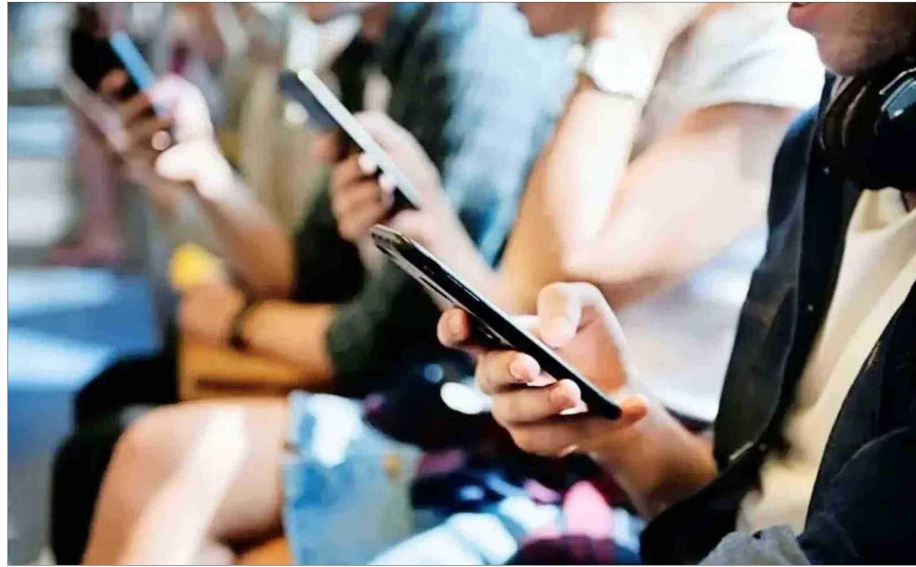
Y la Encuesta Social Europea (2023) reporta un incremento de la polarización afectiva, con ciudadanos mostrando antagonismo emocional hacia quienes no comparten sus creencias, afectando también las relaciones sociales.

des sociales. Y al revisar la evidencia, esta es mixta.

Una investigación del MIT encontró que las redes sociales amplifican la polarización política al fomentar la creación de “cámaras de eco”, donde se tiende a consumir contenido alineado con las preferencias del usuario, lo que limita la exposición a opiniones contrarias.

Un estudio de la U. de Stanford (EE.UU.) concluyó que la difusión de desinformación y noticias falsas en internet amplifica el extremismo y contribuye a división ideológica.

Pero un trabajo publicado en American Journal of Political Science arrojó que la relación entre redes sociales y polarización no es directa ni unifor-



Las distintas plataformas y herramientas relacionadas a la tecnología podrían afianzar creencias establecidas previamente, pero no serían suficientes para explicar el aumento de la polarización, de acuerdo con especialistas.

Estudios confirman que varios países están cada vez más polarizados

La polarización va en aumento: ¿tiene la tecnología un rol en la división de la sociedad?

me; y que esta depende del tipo de contenido y de las dinámicas de interacción en cada plataforma.

Valenzuela coincide con esta última conclusión y es enfático en que la evidencia no es concluyente. “Un ejemplo es Twitter (ahora X), donde los usuarios tienden a tener identidades políticas más definidas, entonces no sorprende hallar una relación entre su uso y polarización, pero la pregunta es si esa gente estaba o no polarizada de base. Es difícil decir si hay causa y efecto”, señala.

Para Ricardo González, especialista en comunicaciones y opinión pública y académico de la U. Adolfo Ibáñez, aunque la tecnología puede influir en la polarización, no hay suficiente evidencia de que esta sea una causa principal.

El experto cuestiona la idea de que las redes sociales crean “cámaras de eco” donde las personas solo ven contenido afín a sus creencias.

“Según los estudios que hemos hecho, incluso en el caso del plebiscito de 2022 en Chile, la gente también consume contenido contrario a sus opiniones, a menudo de manera incidental. Además se informa a través de múltiples fuentes tradicionales, como televisión y radio”.

Sobre el impacto de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), los bots y los deepfakes —señaladas como culpables de mostrar publicidad altamente dirigida y difundir información falsa para impul-

Responsabilidades

¿Quién es responsable de la moderación de los contenidos? Rizzo cree que las empresas de redes sociales y tecnología en general deberían asumir un papel más activo en fomentar un clima de diálogo democrático y “evitar que se conviertan en simples plataformas de información sin profundidad”.

Mayorga plantea que las redes sociales son instrumentos y que la responsabilidad recae en cómo la ciudadanía utiliza estas herramientas. “La tecnología y sus algoritmos instrumentalizan al usuario, viéndolo como un cliente. Sin embargo, esto ocurre porque los usuarios carecen de conciencia crítica sobre cómo están siendo utilizados por estas plataformas”, dice el académico.

sar ciertas ideas—, González indica que hay pocos estudios hasta ahora para entender su impacto, pero “los datos sugieren que estas tienden a reforzar creencias ya preexistentes y no a cambiarlas”.

Contagio emocional

Ignacio Rizzo, académico e investigador de la Facultad de Comunicaciones UNIACC, dice que “la tecnología no es la causante propiamente de la polarización que viven distintas sociedades, pero sí contribuye a su aceleración y es el alto parlante de estos problemas”.

Rizzo explica: “Una de las principales causas de la polarización es el desencuentro entre valores e identidades. Y esto hoy se ve mucho más acelerado porque con el acceso a redes sociales tienes muchísimas más voces

“**Todavía es una pregunta abierta si existe una relación causal fuerte y sistemática entre el uso de redes sociales y el aumento de actitudes extremas.**”

SEBASTIÁN VALENZUELA
 EXPERTO EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y MEDIOS DIGITALES Y ACADÉMICO UC.

hablando, y es mucho más complejo llegar a cohesionar las sociedades”.

Allí entran en juego los influencers, señala Rizzo. “Muchos de ellos recurren a contenido emocional y sensacionalista, porque de esa forma logran atraer el interés de sus seguidores y aumenta su alcance, pero ese contenido puede ser altamente polarizante al

generar controversias y conflicto”. De hecho, hay quienes hablan de un llamado “contagio emocional”, dice Valenzuela. “Es decir, si las personas empiezan a ver mensajes que tienen una alta carga emocional, sea muy positiva o muy negativa, hay evidencia de que en el corto plazo esas personas tienden a reaccionar”.

Pero, agrega, “si eso tiene por sí solo un efecto significativo en la polarización política de la sociedad y en que ahora la gente se pele más, y a las élites les cueste más llegar a acuerdos, yo creo que puede ser una conclusión exagerada”.

Pedro Mayorga, filósofo y académico de la U. Santo Tomás, dice que se debe tomar en cuenta que “la polarización es un efecto en las sociedades contemporáneas, producto de la falta de capacidad en la comunicación de la sociedad”.

A su juicio, el futuro de la polarización política en relación con la tecnología, dependerá “de la capacidad de la sociedad para desarrollar conciencia sobre el uso de estas herramientas” (ver recuadro).

Rizzo, en cambio, cree que el problema no se va a detener. “Creo que el clima de polarización se va a mantener por un mejoramiento de los algoritmos, donde vamos a ir difundiendo ideas más precisas a públicos más segmentados donde no se logre la comunicación con los otros por estar muy distantes de cómo vemos el mundo”, puntualiza.