

**Universidad Autónoma Metropolitana  
Unidad Académica Xochimilco**

**Doctorado en Ciencias Sociales con Especialidad en  
Comunicación y política**

**Promoción XV  
2019-2023**

**¿Las redes sociales aumentan o reducen la polarización política  
en línea? Un estudio comparativo de tres casos colombianos en  
Twitter: #Uribe, #AcuerdoDePaz y #AbortoLegal**

Tesis para obtener el grado de doctor en Ciencias Sociales con Especialidad en  
Comunicación y Política

Presenta:

**Adalberto de Jesús López Robles**

**Director de Tesis:**

Dr. Jerónimo Repoll

**Lectores:**

Dra. Patricia Ortega Ramírez

Dr. César Rodríguez Cano

Dra. Paola Ricaurte Quijano

Dr. Jorge Hidalgo Toledo

**Área de investigación:** Comunicación y Política

**Ciudad de México, febrero de 2023**

Esta investigación fue realizada gracias el apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y  
Tecnología

## **¿Las redes sociales aumentan o reducen la polarización política en línea? Un estudio comparativo de tres casos colombianos en Twitter: #Uribe, #AcuerdoDePaz y #AbortoLegal**

### **Resumen**

Esta investigación evalúa las condiciones bajo las cuales la curación algorítmica de Twitter facilita la polarización y la despolarización política. En la literatura sobre el tema existen dos marcos explicativos contrapuestos. Por una parte, la teoría que sostiene que la homofilia ideológica y la exposición selectiva partidista conducen a las personas asociarse y a consumir información política que es consistente con sus sesgos políticos. El resultado de este proceso es un aumento en los niveles de polarización política en la red. Por la otra, el enfoque que afirma que las redes sociales tienen el potencial para reducir la polarización política en línea cuando se activan lazos débiles que conectan a usuarios de distintas comunidades. Con base en esta discusión se argumenta que (H1) en espacios virtuales como Twitter los mismos mecanismos de red que facilitan la polarización cuando los individuos poseen rasgos altamente homofílicos pueden (H2) posibilitar otras formas de intercambio ideológicos cuando los usuarios muestran patrones de comportamiento heterofílicos. Además, en dirección con estos supuestos, también se propone analizar empíricamente el papel de los medios tradicionales en contextos de polarización. Para contrastar las hipótesis se extraen datos sociales de Twitter sobre tres casos colombianos ocurridos en los últimos años, #Uribe, #AcuerdoDePaz y #AbortoLegal. Los datos son modelados en el paquete estadístico RStudio. Los resultados sugieren que las plataformas de redes sociales como Twitter pueden reflejar la polarización cuando los usuarios presentan niveles altos de homofilia ideológica y consumen información guiados por sus preferencias políticas (#Uribe), pero también pueden mostrar niveles bajos de polarización cuando los usuarios se integran en redes ideológicamente heterogéneas (#AcuerdoDePaz). Más importante aún, se encontró que la polarización y la despolarización no solo conviven dentro de la plataforma, sino que también pueden aparecer dentro de un mismo sistema de red (#AbortoLegal). Estos resultados tienen implicaciones significativas para la literatura sobre la polarización política y el campo emergente de las ciencias sociales computacionales.

**Palabras clave:** polarización, despolarización, homofilia ideológica, exposición selectiva, lazos débiles, Twitter, Colombia

### **Abstract**

This research assesses the conditions under which Twitter's algorithmic curation facilitates political polarization and depolarization. In the literature on the subject there are two contrasting explanatory frameworks. On the one hand, the theory that maintains that ideological homophily and partisan selective exposure lead people to associate with and consume political information that is consistent with their political biases. The result of this process is an increase in the levels of political polarization in the network. On the other hand, the approach that affirms that social networks have the potential to reduce online political polarization when weak ties are activated that connect users from different communities. Based on this discussion, it is argued that (H1) in virtual spaces such as Twitter, the same network mechanisms that facilitate polarization when individuals have highly homophilic traits can (H2) enable other forms of ideological exchange when users show heterophilic

behavior patterns. In addition, in line with these assumptions, it is also proposed to empirically analyze the role of traditional media in contexts of polarization. To test the hypotheses, social data is extracted from Twitter on three Colombian cases that have occurred in recent years: #Uribe, #AcuerdoDePaz and #AbortoLegal. The data is modeled in the statistical package RStudio. The results suggest that social media platforms such as Twitter can reflect polarization when users present high levels of ideological homophily and consume information guided by their political preferences (#Uribe), but they can also show low levels of polarization when users are integrated in ideologically heterogeneous networks (#AcuerdoDePaz). More importantly, it was found that polarization and depolarization not only coexist within the platform, but can also appear within the same network system (#AbortoLegal). These results have significant implications for the literature on political polarization and the emerging field of computational social sciences.

**Keywords:** polarization, depolarization, ideological homophily, selective exposure, weak ties, Twitter, Colombia



---

**Dr. Jerónimo Luis Repoll**

Departamento de Educación y Comunicación  
Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo no habría sido posible sin la colaboración de muchas personas que contribuyeron en su realización. Por lo que quedo profundamente agradecido con los profesores e investigadores del Área de “Comunicación y Política” del Doctorado en Ciencias Sociales por sus orientaciones y enseñanzas en el proceso de investigación.

También extendo mi más profundo agradecimiento al Dr. Jerónimo Repoll, cuya dirección, disposición y apoyo permitieron que esta tesis llegara a buen puerto. Asimismo, agradezco a los lectores, el Dr. César Rodríguez Cano, a la Dra. Patricia Ortega, al Dr. Jorge Hidalgo Toledo y a la Dra. Paola Ricaurte quienes con sus correcciones, recomendaciones y observaciones sumamente importantes permitieron su avance.

Finalmente, agradezco a mi familia y a mi pareja quienes me ha dado la fortaleza y el valor para seguir adelante en este arduo proceso de formación académica.

## ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS .....	7
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	8
INTRODUCCIÓN .....	9
CAPÍTULO 1 .....	18
La polarización política: un concepto multidimensional .....	18
1.1 La polarización: un concepto multidimensional.....	18
1.2 Democracia y polarización política .....	23
1.3 Polarización y élites políticas.....	26
1.4 Hacia una definición afectiva de la polarización .....	36
CAPÍTULO 2 .....	42
¿Las redes sociales aumentan o reducen la polarización política?: hacia una aproximación teórica del comportamiento político en el entorno digital.....	42
2.1 De la curación algorítmica a la formación de cámaras de eco en línea .....	43
2.2 Exposición selectiva .....	47
2.3 Homofilia ideológica .....	51
2.4 Lazos débiles: más allá de las redes polarizadas .....	53
2.5 Los medios de comunicación y la polarización política .....	55
2.5.1 Los medios y el ecosistema digital.....	60
2.5.2 Las nuevas prácticas de consumo e intercambio de noticias.....	63
CAPÍTULO 3 .....	66
Panorama de la polarización política en Colombia.....	66
3.1 La polarización política en Colombia: un panorama general .....	67
3.3 La polarización política después del plebiscito por la paz.....	81
3.4 El caso Uribe .....	86
3.5 La despenalización del aborto .....	89
3.6 Acuerdo de paz .....	90
CAPÍTULO 4 .....	92
El análisis de redes sociales como método para el estudio de las interacciones digitales .....	92
4.1 Medición de las variables .....	93
4.2 Análisis de redes: conceptos y medidas .....	97
4.2.1 Centralidad de los nodos.....	100
4.2.2 Detección de comunidades en la red .....	104

<b>4.3 Extraer los datos, armar la red, ubicar los nodos centrales y estimar comunidades.....</b>	<b>107</b>
<b>4.3.1 Extracción y recuperación de datos.....</b>	<b>110</b>
<b>4.3.2 Armar la red: estimar la centralidad y las comunidades de usuarios .....</b>	<b>113</b>
<b>4.4 Razón técnica y metodología de la extracción y manejo de datos de sitios de redes sociales .....</b>	<b>118</b>
<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>122</b>
<b>El caso #Uribe: una red altamente polarizada.....</b>	<b>122</b>
<b>5.1 Evaluando el papel de los medios en el caso Uribe.....</b>	<b>132</b>
<b>CAPÍTULO 6 .....</b>	<b>143</b>
<b>#AcuerdoDePaz: una red con bajo nivel de polarización .....</b>	<b>143</b>
<b>CAPÍTULO 7 .....</b>	<b>158</b>
<b>#AbortoLegal: cuando la dimensión social polariza .....</b>	<b>158</b>
<b>DISCUSIONES GENERALES .....</b>	<b>175</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>188</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>196</b>
<b>APÉNDICE METODOLÓGICO.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Votación en 1ra vuelta presidencial entre nivel de apoyo al Acuerdo de paz.....	28
Figura 2. Confianza e identificación en los partidos políticos, 2004-2018 .....	71
Figura 3. Distribución de las identidades partidistas, 2010-2018.....	72
Figura 4. Mapa básico de la red sobre el caso Uribe.....	122
Figura 5. Autoridades de la comunidad Pro-Uribe.....	127
Figura 6. Autoridades de la comunidad anti-Uribe .....	128
Figura 7. <i>Hashtags</i> más compartidos en la red #Uribe.....	130
Figura 8. El mapa de los medios en el caso Uribe.....	133
Figura 9. Mapa básico de la red Acuerdo de Paz con sus respectivas autoridades .....	144
Figura 10. Los <i>hashtags</i> más difundidos en la red #Acuerdodepaz.....	146
Figura 11 Mapa básico de la red sobre la despenalización del aborto .....	159
Figura 12. Cuentas más retuiteadas en la comunidad pro-aborto.....	162
Figura 13. Cuentas más retuiteadas en la comunidad pro-vida .....	162
Figura 14. Etiquetas más compartidas en la red sobre la despenalización del aborto.....	166

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. La privación de mi libertad, Uribe.....	88
Imagen 2. Una disputa por la definición del caso.....	124
Imagen 3. Posiciones de las élites políticas como señales partidistas, comunidad anti-Uribe .....	125
Imagen 4. Posiciones de las élites políticas como señales partidistas, comunidad pro-Uribe .....	125
Imagen 5. Tuits más difundidos en la comunidad anti-Uribe .....	129
Imagen 6. Tuits más difundidos en la comunidad pro-Uribe .....	129
Imagen 7. #LibertadPararUribeYa .....	130
Imagen 8. #Matarife .....	131
Imagen 9. Propagación de contenidos mediáticos pro-Uribe .....	134
Imagen 10. Propagación de contenidos mediáticos anti-Uribe .....	134
Imagen 11. Tuit de Noticias Uno sobre el caso Uribe.....	135
Imagen 12. Tuit de RCN Radio sobre el caso Uribe .....	135
Imagen 13. Tuit difundido en la comunidad pro-Uribe.....	137
Imagen 14. Tuit propagado en la comunidad anti-Uribe.....	138
Imagen 15. La verdad del caso Uribe .....	139
Imagen 16. El periódico El Espectador y el caso Uribe .....	140
Imagen 17. Avances de la política Paz con legalidad.....	147
Imagen 18. #AcuerdoDePaz .....	148
Imagen 19. #LosPecadosDeLaPazSon .....	150
Imagen 20. #LosPecadosDeLaPazSon .....	150
Imagen 21. #LosPecadosDeLaPazSon .....	151
Imagen 22. El discurso anti-paz de Gutiérrez.....	152
Imagen 23. Discurso del Secretario General de la ONU sobre los 5 años del Acuerdo de Paz .....	153
Imagen 24. #CorteVoteSí .....	165
Imagen 25. #CorteAbortoNo .....	165
Imagen 26. La Corte Constitucional sobre el aborto .....	167
Imagen 27. Impedimento al magistrado Linares .....	168
Imagen 28. Duque sobre el aborto.....	169
Imagen 29. Petro sobre el aborto .....	170
Imagen 30. El aborto desde el periodismo conservador.....	171



## INTRODUCCIÓN

El surgimiento de plataformas digitales diseñadas para la interacción social ha planteado serios interrogantes sobre el papel que desempeñan en muchos procesos sociales y políticos en las sociedades contemporáneas (Barberá, 2015; Calvo & Aruguete, 2020). Redes sociales como Twitter tienden a concitar en un mismo lugar actores políticos que las usan para ganar el favoritismo de sus bases electorales, medios de comunicación que encuentran en ellas un espacio para la circulación de noticias y ciudadanía que las usa para la interconexión y la obtención de información. Las interacciones sociales entre estos diferentes grupos de actores mediadas por algoritmos de filtrado generan vínculos, comunidades y narrativas que podrían facilitar la polarización política (Barberá y otros, 2015).

Esta no parece ser una lectura muy alejada de la realidad colombiana, donde ha habido una alta penetración de las plataformas de redes sociales<sup>1</sup> y las discusiones políticas parecen dirimirse cada vez más por estos espacios. Sin embargo, la polarización política es un fenómeno que precede y atraviesa lo que sucede en los sitios de redes sociales. Para comprender los casos que analiza esta investigación, desde luego, se requiere poner en contexto el ensamblaje de actores (elites políticas, medios de comunicación y ciudadanía) y redes del cual forma parte.

Si bien Twitter nos devuelve un mapa simbólico de las relaciones políticas en contextos de polarización, la lectura de este mapa hay que hacerse desde el propio contexto (Urman, 2020). El análisis acotado a casos específicos no pretende capturar toda la realidad política y social del país, esta desborda lo que ocurre en las redes sociales. La red es solo una dimensión en la que estos conflictos se expresan, complementaria a otros espacios de expresión, como la calle y las instituciones. Evidentemente, lo que ocurre ahí es un reflejo

---

<sup>1</sup> El uso de los sitios de redes sociales ha incrementado exponencialmente en los últimos años. Según datos de la última encuesta de *We Are Social* (2022), *WhatsApp* es la plataforma más usada por los colombianos (94%). En segundo lugar, aparece *Facebook* la cual tiene un 92% de usuarios activos, le sigue *Instagram* con un 84%, *TikTok* con un 69% y finalmente *Twitter* con un 51%. El país cuenta actualmente con 41.8 millones de internautas que representan el 81% de la población total que es usuaria activa de redes sociales. En promedio, los usuarios colombianos de redes sociales se encuentran entre los 18 y 44 años de edad y las principales razones de uso son el contacto con amigos y familiares, leer nuevas historias y encontrar contenido.

del modo en que se expresan las relaciones de poder, pero no la agota. La polarización entra y se instala en la red porque es un espacio habitado por actores en conflicto, cuyas narrativas chocan continuamente y producen efectos más allá del entorno digital.

En Colombia, las redes están siendo copadas por la política y la digitalización en este terreno avanza a pasos de gigantes. Actualmente, candidatos, políticos, partidos, medios de comunicación, entre otros actores se mueven fácilmente en este espacio y adaptan la lógica de funcionamiento de estas plataformas a sus propios objetivos políticos. Sus narrativas están siendo mediadas por la red y galvanizadas por comunidades de seguidores que se alinean con sus plataformas ideológicas.

Durante décadas, las diferencias políticas y sociales en Colombia han sido difíciles de tramitar a través de los canales institucionales, una situación que ha desbordado en violencia y conflicto. Históricamente, la polarización que carcomió los cimientos mismos de la sociedad se articuló alrededor de la disputa interpartidista. En principio, los partidos tradicionales, Liberal y Conservador, se distinguían por sus proyectos políticos. La diferencia programática indujo una fuerte polarización que desencadenó a lo largo de casi todo el siglo XX guerras civiles (Gutiérrez, 2007).

La necesidad de parar la violencia interpartidista llevó a ambas organizaciones a entablar un acuerdo para promover el poder compartido y la línea ideológica que los ubicaba en lugares diferentes del mapa político se fue borrando (Albarracín y otros, 2018). No obstante, el acuerdo bipartidista dejó por fuera de la competencia política a diferentes agrupamientos y movimientos políticos, principalmente de izquierda, que se alzarían en arma contra el Estado, desencadenando un nuevo ciclo de violencia (Rodríguez-Raga, 2017). El Acuerdo de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos (2010-2018) y una de las guerrillas más antiguas del país, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), reconfiguró el escenario político nacional.

El Acuerdo produjo una ruptura en el interior mismo de la clase política gobernante, un hecho que hizo girar la polarización alrededor de un nuevo clivaje estructural (Gamboa, 2019). Pues, rápidamente, la política colombiana empezaba a interpretarse según el eje guerra-paz y el electorado a identificarse por una parte con los defensores (santismo) y los opositores (uribismo) del proceso de paz (Basset, 2020). Los resultados parejos obtenidos en el plebiscito por la paz así lo demuestran, el Sí obtuvo un 49.78% de votos frente un 50.2%

que obtuvo el No. Desde entonces esta polarización ha pasado por diferentes fases hasta llegar a un punto de crecimiento marginal después de permanecer por un largo tiempo en el centro de la discusión pública a nivel nacional.

El Acuerdo no solo facilitó que el tema de la guerra pasara a un segundo plano, sino más importante aún, abrió el campo político para que nuevas fuerzas políticas, particularmente de izquierda, entraran a la competencia electoral por el poder y rompieran el consenso imperante de centroderecha (Borda, 2018). Esta apertura del sistema produjo una radicalización discursiva de la derecha, que por década se sintió cómoda y poca amenazada por la izquierda, marginada históricamente a lugares alejados de la arena electoral (Gamboa, 2019; Gutierrez, 2017).

La polarización actual ha dejado atrás las divisiones interpartidistas para instalarse en la personalización de la política. En Colombia, estos nuevos liderazgos tienden a ubicarse en los extremos del espectro ideológico aumentando los riesgos de una fractura nacional (Pizarro, 2021). Estas diferencias políticas se han activado con la entrada a la arena electoral de nuevos líderes cuyas narrativas y plataformas políticas se oponen radicalmente y permean el debate público actual. Estos nuevos liderazgos provenientes tanto de la derecha tradicional como de la izquierda están configurando una nueva dinámica de polarización política en Colombia. Una en la cual la estructuración de los procesos electorales tiende cada vez más a ser moldeados por personalidades políticas que tienen una particular relevancia en la definición del debate público (García Sánchez, 2017).

La opinión pública colombiana ha empezado a descifrarse cada vez más en función de una división que se manifiesta en campos políticos enfrentados (urbistas vs. Santistas, urbistas vs. Petristas). La articulación de la opinión pública en función de estas disputas entre personalidades políticas hace que la ciudadanía forme opiniones más diferenciadas en relación a los temas de la agenda política (educación, salud, trabajo, etc.) y las narrativas asociadas a dos modelos de sociedad diametralmente opuestas según el eje izquierda-derecha (García Sánchez, 2017).

Esta nueva etapa de crispación por la que atraviesa Colombia amplió el debate político y la participación política. Aspectos positivos que la literatura sobre polarización resalta en la medida en que fortalece el vínculo entre partidos y votantes (Levendusky, 2010). Por décadas, el consenso centroderecha impidió que la ciudadanía viera claramente las opciones

y plataformas políticas según líneas ideológicas. En las elecciones de 2018 y más aún las de 2022 hubo plataformas político-ideológicas claramente diferenciadas según la división izquierda-derecha. Algo inédito en un país donde la política electoral era propicia a moverse entre la centroderecha y la derecha (Gamboa, 2019). Por primera vez en la historia electoral, la segunda vuelta no se disputó entre los actores tradicionales, sino entre un candidato de izquierda, Gustavo Petro, y un populista salido de la política local, Rodolfo Hernández.

En este nuevo contexto moldeado por el Acuerdo de paz y la creciente personalización de la política se insertan las redes sociales. Sus lógicas de fragmentación y segmentación acentúan el liderazgo personalista y fortalecen el vínculo entre la ciudadanía y las élites (Castells, 2012). En este nuevo contexto, entran también a jugar un papel importante los medios de comunicación tradicionales, principalmente los partidistas, que tradicionalmente si sintieron cómodos con los gobiernos de derecha. Una relación que, por mucho tiempo, borró los límites entre la lógica periodística y la lógica partidistas (Montoya-Londoño, 2014). Sin embargo, con el cambio de gobierno, los medios han radicalizado su discurso periodístico contra las políticas gubernamentales de Gustavo Petro. En la actual coyuntura, los medios tradicionales no solo están respondiendo a la lógica de la segmentación de las redes sino también a la disputa ideológica entre el gobierno y sus opositores.

La disputa gobierno-oposición ha permeado la política nacional y se refleja en conflictos por la salud, la educación, el aborto, entre otros temas. La manera en la que estos conflictos toman forma en el entorno digital nos permiten comprender en parte la manera en la que se reconfiguran las relaciones de poder entre estos diferentes actores. En el Capítulo I se explica que las señales de las élites importan, son una fuente relevante en la activación de la polarización a nivel de la ciudadanía. Si el tema no repercute en los intereses partidistas es probable que tenga poca importancia para las élites. El plebiscito por la paz analizado en el Capítulo 3 también arroja evidencia sobre el particular. En su momento, el enfrentamiento entre los sectores propaz y antipaz no fue solo una disputa a nivel de las élites, fue una disputa que se observó en la sociedad en general (Garbiras-Díaz y otros, 2021). El tema de la terminación del conflicto ha sido un tema central de la política colombiana. Para los más radicales la paz se logra con el sometimiento por la fuerza de los actores en arma y no a través de negociaciones.

Cuando ciertos temas entran en contradicción con sus plataformas ideológicas, las élites toman posturas que son transmitidas como señales partidistas a sus bases (Lupu, 2015). La partidización de estos temas se transmite a través de los medios de comunicación disponibles. Los sitios de redes sociales han sido los canales privilegiados de las élites y de sus partidos para conectar con sus electores, aunque no son los únicos, actualmente en las redes habita una población para nada despreciable. A través de los casos estudiados aquí, es posible tener una nueva perspectiva sobre las dinámicas del conflicto político en Colombia en la era de las redes sociales y una comprensión amplia de estos actores en contextos de polarización. Yendo más allá, también podrían arrojar luz sobre por qué, a pesar de la polarización, algunos temas escapan de la lógica político-partidista y en lugar de reproducir las divisiones sociales generan un diálogo más abierto y diverso entre las comunidades.

Pensar que estos vínculos no arrojan luz sobre diferentes problemas de investigación es dejar pasar una oportunidad única para analizar la política en este nuevo contexto. Estas interacciones entre diferentes actores (políticos, medios, partidos y ciudadanía) producen huellas digitales que podrían ser extraídas en forma de datos a través de sofisticados programas estadísticos. Sitios de redes sociales como Twitter representan una oportunidad única para el estudio del comportamiento social y político, puesto que facilitan el acceso al contenido y estructura de las discusiones políticas (Barberá, 2015).

Las redes sociales, según la literatura, crean burbujas o cámaras de eco ideológicamente cerradas donde los usuarios solo se exponen a información que refuerza sus actitudes, una situación que podría exacerbar la polarización (Aruguete, 2019; Banks y otros, 2021). Sin embargo, los mecanismos que emplean las élites políticas para ganar visibilidad y reafirmar sus ideologías son los mismos que dotan a los movimientos sociales de capacidad organizativa y de activismo (Calvo & Aruguete, 2020).

Por parte de ambos sectores hay un aprovechamiento de la lógica algorítmica y de sus procesos de viralización. Las redes abren nuevos canales de comunicación que pueden ser utilizados en beneficio de causas sociales como de los intereses políticos de quienes compiten por el poder. Por tal razón, esta investigación, así como abre la posibilidad de encontrar una conexión entre Twitter y la polarización dado la actual coyuntura política colombiana, también deja abierta la posibilidad de que otros tipos de ensamblajes entre actores y redes

faciliten otro tipo de interacción política, por fuera de la dimensión ideológica, y desplace la polarización hacia los márgenes de la red.

Se argumenta que las redes no se reducen únicamente a las interacciones de tipo ideológico-partidista, aunque sean estas las que más resuenen en la cámara de eco. Al facilitar la conexión también habilitan otros tipos de vínculos entre usuarios que pueden ser ideológicamente heterogéneos e interesados en consumir información de una variedad de fuentes. El objetivo de esta investigación no es refutar el argumento que vincula la polarización con las redes sociales sino más bien demostrar que, así como Twitter agudiza la polarización al encerrar a los usuarios en cámaras de eco partidistas donde solo se exponen a información que refuerza sus puntos de vista preexistentes, podría facilitar otro tipo de interacción por fuera de los intercambios ideológicos que definen a las redes polarizadas.

Por consiguiente, la pregunta de investigación formulada en este trabajo indaga por las condiciones bajo las cuales la segregación algorítmica de redes sociales como Twitter aumentan o reducen la polarización política en línea. Esto nos permitirá entender por qué algunos casos o temas quedan envueltos en la lógica de la polarización mientras otros no. Es probable que la polarización se active cuando ciertos temas son apropiados por los actores políticos instalando narrativas en la agenda de las redes que invitan a los usuarios más intensos a posicionarse a favor o en contra (Calvo, 2015).

A partir de este ensamblaje entre actores y redes, el objetivo general de esta investigación es analizar las condiciones que facilitan la polarización en el entorno digital. El argumento teórico de este estudio se apoya en algunas teorías y conceptos clave de la comunicación política, la sociología y la psicología social, las cuales se consideran determinantes para entender por qué algunos usuarios atienden las señales partidistas y otros prefieren un consumo de información más equilibrado rompiendo con la lógica de la polarización.

En otros términos ¿por qué seguimos a ciertos actores políticos y descartamos otros, consumimos algunos medios y excluimos otros o preferimos un consumo de información más diverso? El concepto de homofilia ideológica, el enfoque basado en la exposición selectiva y la teoría de los lazos débiles son centrales para entender los mecanismos individuales que impulsan la asociación entre usuarios y élites (Al Zamal y otros, 2021; Stroud, 2010). A partir de estos conceptos se explica por qué algunas redes se polarizan

(dividiéndose en comunidades de usuarios ideológicamente opuestas) y otras se mantienen fuera de esta lógica. De este marco teórico, que se expone ampliamente en el Capítulo 2, se desprenden las hipótesis, las cuales serán evaluadas empíricamente en los capítulos posteriores.

La primera hipótesis plantea que las redes sociales como Twitter influyen en la polarización política en línea cuando los patrones de asociación homofílica y la exposición selectiva partidista entre usuarios determinan el consumo de información política y las relaciones de seguimiento con los actores políticos clave, sus algoritmos automatizan estos procesos creando redes con comunidades altamente cohesionadas ideológicamente, pero con una cohesión global débil. Por otra parte, una segunda hipótesis propone que, en comparación con las redes polarizadas, las no polarizadas muestran niveles de segregación ideológica nula, o en su defecto baja, debido al efecto que ejercen los llamados lazos débiles que conectan a los usuarios de distintas comunidades con información novedosa, facilitando la creación de redes ideológicamente diversas.

Finalmente, la investigación también se interesa en indagar por el papel de los medios en contextos de polarización. En ese sentido, propone una descripción de los factores político-económicos que empujan a los medios a redefinir sus prácticas comunicativas en el entorno digital y vuelven a los medios más sensibles a las demandas informativas de lectores polarizados, dado que dirigir noticias a lectores intensos aumenta la circulación en la red (Aruguete y otros, 2020).

Para contrastar las hipótesis, la investigación se basa en tres estudios de casos ocurridos en Colombia entre 2020 y 2021. Aunque no son una muestra representativa de la sociedad colombiana, los datos obtenidos de Twitter son distintivos de los casos objetos de estudio. El primer caso trata de un evento político con alcance mediático que tuvo como principal actor al expresidente Álvaro Uribe, tras una decisión de la Corte Suprema de Justicia de dictarle medida de aseguramiento de casa por cárcel. La medida fue tomada después de conocerse que había fuertes indicios que vinculaban al exmandatario con presuntos delitos de fraude procesal y soborno a testigos en una investigación que adelantaba la Corte sobre paramilitarismo y que salpicaba al expresidente.

El segundo caso de estudio trata sobre el proceso de paz. Como se ha venido argumentando, las negociaciones entre el Estado y las FARC en 2016 produjeron una

profunda molestia en la coalición de gobierno de ese entonces que terminó dividiéndola en una facción propaz y una facción antipaz. La disputa trascendió la política y se instaló en el seno de la sociedad, lo que terminó generando una brecha entre los que apoyaban las negociaciones y los que la rechazaban. Cinco años después, queremos saber si la paz sigue siendo un tema polarizante como lo fue en el pasado y como lo evidenció el plebiscito, para lo cual se recopilieron datos sobre el evento en Twitter que buscaba conmemorar los 5 años de la Firma del Acuerdo.

Por último, se recopilaron datos relacionales sobre el evento que originó la lucha de los colectivos feministas por la despenalización del aborto. El tema produjo una fuerte discusión entre sectores reaccionarios y el movimiento feminista que con una narrativa en defensa de la vida y fundamentada religiosamente, los primeros se opusieron radicalmente a la legalización del aborto. Sobre el caso, nos interesa conocer si el evento fue cooptado por la dimisión partidista y si esta dimensión reprodujo en la discusión las divisiones políticas que estructuran la polarización contemporánea en el país.

Este documento se organiza de la siguiente manera: en el primer capítulo se presenta la revisión de la literatura que aborda el tema de la polarización política. Como variable dependiente de este estudio, se propone una definición de polarización que trasciende la definición clásica basada en una estructuración según la división izquierda-derecha. El concepto de polarización defendido aquí asume que se trata de un concepto multidimensional que atraviesa lo afectivo, lo temático y lo social además de lo político. En este mismo capítulo se explica el enfoque basado en las señales partidistas que explica la polarización como un fenómeno que se activa cuando las élites políticas adoptan posturas sobre ciertos temas de la agenda política y envían señales a sus bases, incentivándolas a adoptar posturas similares.

El segundo capítulo define los conceptos de exposición selectiva y homofilia ideológica y explica cómo estos patrones se ven reforzados por la automatización derivada de la segregación algorítmica de la plataforma. Por la otra, se parte de la teoría de los lazos débil para explicar cómo los usuarios de la red se integran a redes ideológicamente heterogéneas y consumen información de diferentes fuentes.

En el tercer capítulo se propone una contextualización de la polarización política en Colombia, enfatizando los aspectos socio-políticos que definen y caracterizan la dinámica de la política colombiana. Este trasfondo sociohistórico retoma los acontecimientos de las dos



últimas décadas, iniciando con la elección de Álvaro Uribe Vélez como presidente en 2002, las negociaciones con la guerrilla de las FARC y terminando con el proceso electoral de 2018. Este contexto es esencial para ubicar los casos de estudios (#Uribe, #ProcesoDePaz y #Aborto) y que servirán para contrastar las hipótesis planteadas.

El cuarto capítulo propone un abordaje metodológico basado en los métodos de análisis de redes. Dado que, tratamos con datos relacionales, se considera, siguiendo la literatura sobre redes, que las herramientas más apropiadas para el estudio de este tipo de datos son las que proporcionan el análisis de redes (Scott, 2017). Se definen algunos conceptos clave de esta metodología (nodos, centralidad, comunidades), así como los procesos correspondientes a la minería de datos utilizados para la recolección de los mismos, tomando a Twitter como fuente. El capítulo brinda una descripción de los procedimientos implementados para la extracción, procesamiento, construcción de la redes y análisis empírico de los datos.

Los capítulos del 5 al 7 presentan ampliamente los resultados de la investigación, en los que se evalúan los casos de estudio de manera individual y se contrastan las hipótesis planteadas. Por ejemplo, el capítulo 5 expone los hallazgos sobre el caso #Uribe y contrasta la hipótesis 1 sobre redes polarizadas y la hipótesis 3 sobre el rol de los medios en entornos polarizados. El capítulo 6 presenta los resultados del caso #AcuerdoDePaz y pone a prueba la hipótesis 2 sobre la existencia de redes no polarizadas. El capítulo 7 propone el análisis de un caso adicional (#AbortoLegal) con el objetivo de encontrar más evidencia empírica sobre los resultados obtenidos en los capítulos anteriores.

La investigación también propone un apartado para discutir los resultados hallados a la luz de la literatura especializada. El aporte más relevante de este estudio tiene que ver con el descubrimiento de “redes mixtas”. Si bien los casos #Uribe y #AcuerdoDePaz revelan que la polarización y la despolarización pueden convivir dentro de la plataforma, #AbortoLegal muestra que pueden aparecer dentro de un mismo sistema de red. En ese sentido, #AbortoLegal fue un caso paradigmático en la medida en que reflejó la polarización en torno a la despenalización (en menor medida), por una parte, y patrones de interacción heterofílicas, por la otra. Finalmente, un último apartado expone las conclusiones a las que llega esta investigación y traza un mapa para futuras investigaciones interesadas en el tema de la polarización en redes sociales.

## **CAPÍTULO 1**

### **La polarización política: un concepto multidimensional**

La polarización política a nivel de la ciudadanía fue un tema escasamente tratado en el campo del comportamiento político y la opinión pública hasta mediados de la década pasada. Por un largo tiempo, se consideró que la polarización a nivel de las élites políticas tenía poca o nula incidencia en el comportamiento y las actitudes de la ciudadanía. Sin embargo, recientemente un número creciente de investigaciones ha demostrado la relación que existe entre ambas. Incluso, han evidenciado que el fenómeno trasciende el comportamiento político, afectando las interacciones en la vida social. Si bien la dimensión ideológica de las élites es fundamental para aproximarnos al fenómeno de la polarización, se argumenta que, la polarización es un fenómeno multidimensional atravesado por diversas divisiones sociales como el afecto, los temas políticos, la geografía, entre otros.

En líneas generales, se examina la polarización como el resultado de una serie de factores interconectados que crean las condiciones necesarias para que aparezca el fenómeno en el entorno digital. Desde esta perspectiva, se destaca una conexión entre los campos de la comunicación y la ciencia política para proponer un marco que permita explicar la polarización política a nivel de la ciudadanía en redes sociales como Twitter.

En este capítulo, se mostrarán los distintos ejes del debate abordando los siguientes subtemas: I) se define qué se entiende, en esta discusión, por el término polarización; II) los pros y los contras en torno a las consecuencias del fenómeno; III) la controversia sobre las causas, las interpretaciones y las mediciones de la polarización política y; IV) la polarización afectiva como un sub-campo de estudio que observa en la identidad un factor fuerte de división grupal.

#### **1.1 La polarización: un concepto multidimensional**

Desde la ciencia política, la polarización política ha sido un término utilizado para explicar el grado de conflictividad de los sistemas políticos. Es un concepto de gran interés para los estudiosos de la opinión pública y el comportamiento político desde que surgió en la década de 1950 del siglo pasado. Anthony Downs (1957) introdujo el concepto en su modelo espacial de sistema de partidos, en el que los partidos políticos y los votantes se alinean a lo largo del

continuo izquierda-derecha. El modelo de Downs proporcionó el marco para el análisis de la competencia partidista al describir el alineamiento entre votantes y partidos en el espacio político.

Sin embargo, fue Sartori (1976) quien definió la polarización política como la distancia ideológica entre partidos políticos, candidatos o votantes medida en términos temáticos o actitudinales. Sartori explica la polarización política a partir de lo que denomina sistemas de partidos centrípeto y centrífugo. En el primero, los partidos convergen hacia el centro para competir por el votante mediano; en el segundo, los partidos se encuentran más dispersos a lo largo del continuo ideológico. En su enfoque, la distribución ideológica aparece como una función de la competencia partidista, donde el principal eje que permite medir cuán irreconciliables son las posiciones políticas es el continuo izquierda-derecha. Cuanto más alejados estén los partidos políticos en el espectro ideológico mayor percepción de polarización en el sistema.

Como demuestra Dalton (2008), tradicionalmente, los estudiosos del tema se habían centrado en la polarización política a nivel de élite. En este ámbito, el interés consistía en analizar el grado de diferenciación ideológica entre los partidos políticos. Sin embargo, en las últimas décadas, una línea de investigación se ha enfocado en las divisiones que se crean en el electorado y el vínculo que podría tener esta división con la polarización de las élites políticas o “desde arriba” (Fiorina & Abrams, 2008).

Sobre la base de este argumento, otros académicos consideran la importancia de revisar el papel del nuevo ecosistema mediático que, al desplazar a un segundo plano los intermediarios tradicionales, facilita la interacción directa entre políticos y ciudadanía. Desde esta lógica, las redes sociales como Twitter podrían estar fortaleciendo este vínculo y, en consecuencia, exacerbando la polarización política (Calvo, 2015).

A este respecto, los estudiosos de la polarización en la actualidad se han preocupado por proponer una mejor caracterización para capturar de forma más amplia la posición ideológica de los actores políticos usando varias dimensiones que complementen la tradicional. Se busca construir modelos que permitan una mejor interpretación de la polarización, particularmente, en aquellos países donde el eje izquierda-derecha no es suficiente para explicar la dinámica del conflicto político.

Es el caso de países como Colombia, donde los criterios tradicionales para caracterizar el sistema político parecen muy difíciles de usar, en gran medida, por las particularidades de una sociedad donde el conflicto es difícilmente tramitable por los canales institucionales y desborda en violencia. En el contexto electoral de 2018, por ejemplo, Basset (2020) encontró que el eje izquierda-derecha no fue el único vector que contribuyó a explicar la complejidad del conflicto político de ese momento. Alrededor de la contienda logró identificar varios clivajes sustentados en identidades colectivas que explicaban en mayor medida lo que estaba ocurriendo en el país, como centro/periferia y tradicionalismo/progresismo.

Hasta para el caso de Estados Unidos donde pareciera que la lógica bipartidista es un atajo para pensar más allá la distancia ideológica que separa a los demócratas de los republicanos, en las últimas décadas, un número importante de investigadores han propuesto indicadores alternativos de polarización que incluyen la dimensiones afectiva (Iyengar y otros, 2012; Mason, 2016), social (Baldassarri & Bearman, 2007), geográfica (Abramowitz & Saunders, 2005) y temática (Mason, 2015) movilizadas por las identidades colectivas que subyacen a la polarización.

Iyengar y otros (2012) prestan atención a los “afectos partidistas” para argumentar a favor de una definición alternativa de polarización, pues la división basada en política es solo una forma de definir el fenómeno. Por lo tanto, afirman que, “en la medida en que la identificación partidista represente una afiliación grupal significativa, la prueba más apropiada de polarización es la identidad afectiva, no ideológica” (pág. 406).

Por su parte, Abramowitz y McCoy (2019) analizan el resentimiento racial en Estados Unidos como un factor importante de polarización durante la campaña presidencial de Trump. Otros autores destacan un número amplio de dimensiones a lo largo de las cuales se pueden formar identidades opuestas tales como populismo/anti-populismo, globalismo/nacionalismo, urbano/rural y religiosidad/laicidad (McCoy & Rahman, 2016). Dichas divisiones alternativas a la ideología izquierda-derecha pueden pasar a primer plano como las dimensiones dominantes de la polarización en una sociedad.

En Argentina, Kessler y otros (2020) han venido estudiando lo que denominan polarización semántica, utilizando métodos informáticos miden la distancia semántica de los grupos en disputa, kirchneristas/anti-kirchneristas, encontrando que el uso de determinada

jerga es un indicador de distancia política entre grupos sociales antagónicos. En definitiva, los resultados del estudio los lleva a concluir que “ante una conversación polarizada, las comunidades tienen semánticas muy distintas o completamente opuestas” (pág. 319).

En contextos de polarización es probable que los grupos sociales se distancien a través del uso de determinada jerga en particular. Por ejemplo, en Colombia los uribistas suelen emplear palabras como “guerrillero” o “mamerto” para referirse a los simpatizantes de Gustavo Petro, mientras que los petristas usan términos como “narco-para-uribismo” aludiendo a los líderes políticos del uribismo como aliados del narcotráfico y del paramilitarismo.

Los ejemplos muestran que centrarse en la división ideológica no solo puede pasar por alto otras dimensiones sobre las cuales la ciudadanía puede polarizarse sino que también no representa la naturaleza multidimensional de la polarización (Lauka y otros, 2018). Las nuevas escisiones que están apareciendo obligan a proponer conceptualizaciones que complementen la definición convencional. Los problemas que dividen a las personas en la actualidad son más variables y menos fácil de captar mediante distinciones convencionales (McCoy y otros, 2018). De acuerdo con estos autores, hay nuevos clivajes sociales que están dividiendo a la sociedad y trascienden la lógica de la división ideológica o partidista. Esta variabilidad es menos fácil de captar mediante distinciones convencionales y están cada vez más en el centro del conflicto en las sociedades contemporáneas.

Una definición de polarización centrada en las estructuras del comportamiento colectivo alude, Según Basset, “a la constitución de identidades colectivas que dividen estructuralmente la sociedad” (2020, págs. 209-210). En ese sentido, señala que, “la polarización se observa no en la representación de individuos (electores o dirigentes políticos), sino en estructuras que manifiestan la existencia de comportamientos colectivos, sustentados a su vez por identidades políticas” (pág. 214).

En resumen, la definición centrada en la política formal, propuesta inicialmente por Sartori, se ha venido ampliando para capturar la manera en que las sociedades actuales organizan el conflicto político. Como señala Waisbord: “la polarización política solamente se puede entender como epifenómeno de tendencias sociales” (2020, pág. 250). Si bien la ideología es una de las tendencias esenciales para medir empíricamente el fenómeno, otras veces el fenómeno trasciende este eje para anclarse en clivajes sociales más amplios.

Es precisamente la búsqueda de estas tendencias sociales, ante los acontecimientos actuales que se integran a un contexto hipermediatizado, lo que ha reanimado el debate sobre la polarización y sus consecuencias. El ascenso al poder de líderes de ultra derecha como Donald Trump o Jair Bolsonaro en Estados Unidos y Brasil, respectivamente, la victoria de la votación del Brexit en Reino Unido y la derrota del referéndum de paz en Colombia, síntomas de sociedades polarizadas, son objetos de preocupación para diferentes disciplinas y académicos.

Hoy existe un consenso generalizado de que la polarización es un concepto multifacético definido fundamentalmente por las diferencias naturales que se dan entre grupos sociales, sin embargo, estas divergencias hay que medirlas más allá de la dimensión convencional izquierda-derecha. En definitiva, en el centro del concepto aparece la “distancia” que puede ser medida en términos afectivos y de clivajes sociales y no únicamente a través de la dimensión ideológica izquierda-derecha.

La claridad es sumamente importante dado el enérgico debate que ha surgido en torno a las causas, como veremos en el apartado 1.3, por lo que posicionar otras dimensiones que dividen y crean identidades sociales en desacuerdo es esencial para trascender la idea de que la polarización existe únicamente si los partidarios se encuentran divididos a lo largo de líneas partidista-ideológicas. Esta afirmación para muchos imposibilita observar otros ejes sociales que pueden ser igualmente importantes para comprender la polarización política a nivel de la ciudadanía.

En ese sentido, el compromiso académico por explicar la efervescencia de la polarización en la escena político-mediática contemporánea ha impulsado una nueva agenda de investigación, una que se abre al diálogo interdisciplinario entre lo comunicacional y lo político y de la que intentaremos dar cuenta en este trabajo. Pero antes de abordar los pormenores de esa agenda y ubicar esta investigación en este marco conceptual, proponemos una revisión crítica de la literatura reciente sobre las consecuencias y las causas de la creciente polarización política en las sociedades contemporáneas.

Hoy existe un consenso generalizado de que la polarización es un concepto multifacético, definido fundamentalmente por las diferencias naturales que se dan entre grupos sociales. Sin embargo, todas estas definiciones mantienen en común la idea de

“distancia entre” como elemento definitorio del fenómeno, esta distancia puede ser medida en términos afectivos, ideológicos, temáticos y de clivajes sociales.

## **1.2 Democracia y polarización política**

Para la teoría democrática liberal, la democracia es un sistema de gobernanza que permite gestionar los intereses en competencia en una sociedad de forma pacífica, siguiendo las reglas acordadas de consentimiento contingente (Przeworski, 1986). En consecuencia, los procesos que generan inestabilidad, como la polarización, ponen en jaque el sistema democrático. Desde esta línea teórica, los académicos suelen argumentar que la polarización de las élites solo tiene consecuencias negativas para la política. Altos niveles de polarización intensifica el debate ideológico, debilita la legitimidad del régimen, desestabiliza el sistema político (Sartori, 1976) y desincentiva la participación política al crear apatía y retraimiento (Fiorina & Abrams, 2008).

Para los estudiosos de la polarización afectiva, un mayor afecto partidista proporciona un incentivo para que las élites se involucren en la confrontación en lugar de la cooperación (Iyengar & Westwood, 2015). La polarización afectiva, caracterizada por niveles crecientes de prejuicio partidista, activismo e ira, lleva a que los simpatizantes de un determinado partido político perciban negativamente a los miembros del partido opuesto (Mason, 2015). En estos contextos de antagonismo radical y de creciente intolerancia e intransigencia, los simpatizantes de cada partido niegan legitimidad a los rivales, considerándolos más como enemigos que como adversarios políticos (Crespo y otros, 2021).

En consecuencia, en la medida en que la polarización dificulte o se oponga al consenso y a la estabilidad de los sistemas políticos, para este enfoque, analiza Waisbord (2020), la democracia y la polarización, están inversamente relacionadas. Es por ello que, en un entorno polarizado, la democracia puede existir, “pero esta permanece como amenaza constante en tanto dificulta la negociación y refuerza prejuicios contra otros (pág. 251). El aspecto consensual que los teóricos liberales le adjudican a la democracia los lleva a defender que el régimen demanda siempre formas de negociación y compromiso entre las fuerzas políticas que compiten por el poder. Por lo tanto, el extremismo actitudinal y político azuzado por la polarización, el rechazo y expulsión de intereses y actores son comportamientos opuestos a los principios democráticos (2020).

Si bien la polarización puede crear problemas para la gobernabilidad y la estabilidad democrática, como sostienen estos estudios, es necesario precisar algunos matices en esta corriente de pensamiento y diferenciar cuando se considera nociva y preocupante para la democracia ya que, para otros autores, cierto nivel de polarización política es beneficiosa para la democracia al movilizar la participación política, simplificar la elección política de los votantes y fortalecer los partidos políticos (Abramowitz & Saunders, 2008; Lupu, 2015). Sin embargo, la preocupación académica subyace cuando la polarización severa amenaza tanto la gobernabilidad como la cohesión social (McCoy y otros, 2018, pág. 17).

Los temores de inestabilidad política debido a una polarización excesiva han promovido la idea de que el desarrollo exitoso de un sistema de partido, implica moderación ideológica. Sin embargo, Bornschieer (2016) muestra, al menos para el caso sudamericano, que la moderación ideológica puede ayudar a las democracias formales a sobrevivir, pero que abortar el conflicto a largo plazo obstaculiza gravemente el desarrollo de la misma.

Esta visión ha llevado a resaltar los aspectos positivos de la polarización política, pues en la medida en que no supere cierto umbral contribuye a aclarar las alternativas políticas y la posición de los líderes políticos sobre los temas del debate público y crea, además, fuertes vínculos entre partidos y votantes (Bornschieer, 2016; Lupu, 2015; Levendusky, 2010). Bornschieer argumenta que “cuando las políticas por las que abogan los partidos de derecha e izquierda son claramente contrastantes, los votantes, incluso con conocimientos políticos limitados, distinguen entre plataformas de partidos y forman esquemas ideológicos para comprender la política” (2016, pág. 4).

Para esta línea de investigación, la polarización puede mejorar la calidad de la democracia, permite que los partidos se diferencien entre sí y facilita que los votantes vean la conexión entre sus ideologías personales y las ofertas electorales de manera más clara (Lupu, 2015). Singer (2016), quien se centra en el caso latinoamericano, postula que estas diferencias entre partidos pueden ser especialmente importantes en las democracias en desarrollo, donde los votantes todavía están aprendiendo las prioridades de los partidos y donde los partidos no siempre enfatizan los problemas cuando están en campaña.

En un contexto donde los candidatos mantienen posiciones políticas moderadas, desde esta perspectiva, sería difícil para un votante adoptar la posición de su partido sobre los temas de la agenda política. En tales circunstancias, los votantes tendrán dificultades para



seguir las señales de su partido, pero cuando las élites están polarizadas, las señales que envían los candidatos se vuelven mucho más claras respecto a los temas o problemas sociales (Levendusky, 2010).

Desde la filosofía política, otra corriente teórica también cuestiona fuertemente la concepción consensualista de la democracia. Para Mouffe (2007) este enfoque omite lo que es fundamental en la política, a saber, el carácter erradicable del conflicto. La democracia es “agonista”, en la medida en que admite la posibilidad de tener voces e intereses distintos al interior de un marco de instituciones que permiten la confrontación sin llegar a una guerra.

Pese a las diferencias entre estas perspectivas, existe un mínimo consenso de que la democracia, como ese conjunto de reglas e instituciones, permite que el conflicto político puede ser tramitado de manera efectiva. Por lo cual, la estabilidad democrática demanda cierto grado de acuerdo sobre reglas fundamentales tanto entre élites políticas como en la ciudadanía (Waisbord, 2020, pág. 252).

En síntesis, para estos enfoques teóricos, si el conflicto no supera cierto umbral, la polarización tiene efectos beneficiosos para la democracia. La polarización es inherente a la política democrática, es un desafío que debe asumirse activamente y no como un síntoma de una patología política que debe eliminarse (Stavrakakis, 2016). La dificultad surge cuando la polarización se vuelve pernicioso y crea problemas de gobernanza que interrumpen la comunicación entre los diferentes sectores que se niegan a la negociación y el compromiso político (McCoy & Rahman, 2016).

Venezuela representa un caso extremo de este tipo de polarización pernicioso. García-Guadilla y Mallen (2019) examinan las condiciones bajo las cuales la polarización en Venezuela llegó a ese punto. La inclusión constitucional de dos modelos de democracia, participativa y representativa y su interpretación como mutuamente excluyentes e incompatibles para resolver controversias, según las autoras, activó la polarización. La vieja élite y las clases media y alta interpretaron en gran medida la democracia como liberal-representativa, mientras que las clases bajas y populares, seguidoras de Chávez, la interpretaron como participativa. Como resultado, las disputas sobre derechos derivados de uno u otro modelo surgieron como conflictos polarizados, derechos civiles y políticos individuales frente a derechos económicos y sociales colectivos.

Los casos de polarización severa son los que en realidad preocupan a los académicos. Sin embargo, no podemos afirmar que lo que ocurre en esas sociedades está pasando en otros países, entenderlos implica analizar cada contexto en particular, como hacen García-Guadilla y Mallen para el caso venezolano. Los clivajes de clase llegaron a ser una dimensión importante para el caso venezolano, donde la división “nosotros” y “ellos” organizó el conflicto social y político una vez Hugo Chávez llegó al poder en 1998.

Pese a estos casos extremos, se puede decir que los efectos deseables de la polarización son numerosos. Además de aumentar la participación política, fortalece la consistencia actitudinal, aclara las opciones de los votantes y refuerza el vínculo partidista. Si la polarización tiene estos resultados deseables que compensan sus efectos adversos, entonces, como señalan algunos críticos, algún grado de polarización puede ser bienvenido en la democracia (Lupu, 2015). En el siguiente apartado se analiza la relación entre élites y ciudadanía desde la perspectiva de la teoría de señales partidistas.

### **1.3 Polarización y élites políticas**

¿De qué manera influye la polarización política de las élites en el comportamiento de los ciudadanos? Una parte importante de la literatura especializada aborda esta cuestión enfatizando el papel de las élites políticas como premisa fundamental para el análisis de la polarización política a nivel de la ciudadanía. Este debate que tuvo su origen, primero en los Estados Unidos (Abramowitz & Saunders, 2005; Fiorina & Abrams, 2008; Hetherington, 2009) y luego en América Latina (Singer, 2016; Bornschieer, 2016; García-Guadilla & Mallen, 2019; Zechmeister & Corral, 2013), inició con la afirmación de Morris Fiorina y otros (2005; 2008) que sostiene que la disputa ideológica que involucra a las élites políticas tiene poca resonancia entre la ciudadanía.

Gran parte de los análisis sobre polarización política se centraron en el estudio de la polarización a nivel de élites, pero el estudio de la polarización “desde abajo” no recibió una atención comparable hasta hace relativamente poco tiempo como respuesta a los trabajos de Fiorina y colegas (Abramowitz & Saunders, 2008; Levendusky, 2009; Druckman y otros, 2013).

En términos generales, estos estudios argumentan que el electorado se polariza en respuesta a los cambios en las posiciones de las élites (Abramowitz & Saunders, 2008;

Abramowitz & Saunders, 2005; Arceneaux & Johnson, 2015). Según Levendusky, “a medida que las élites cambian o refuerzan su posición ideológica, también cambia la forma en que enmarcan, vinculan y enfatizan los problemas en su retórica” (2010, pág. 113).

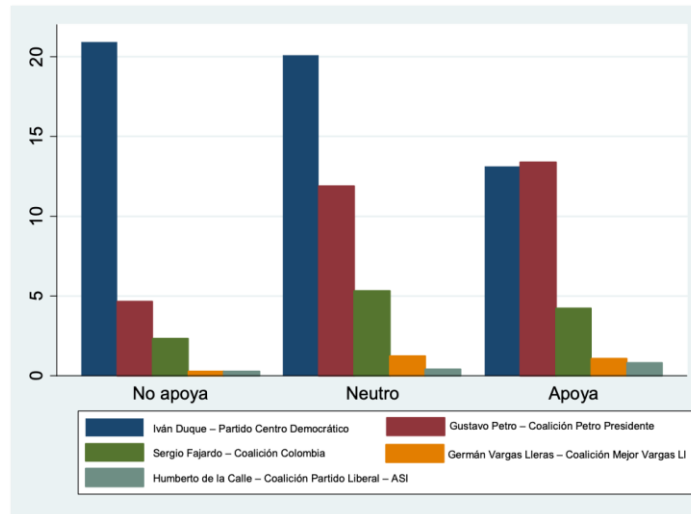
Algunos de los críticos más acérrimos de las afirmaciones de Fiorina y sus colegas sostienen que su tesis subestima las profundas divisiones presentes en el electorado que se dan a lo largo de líneas partidistas, geográficas y culturales y cuestionan que la ciudadanía sea moderada, tolerante y ambivalente en sus actitudes políticas (Abramowitz & Saunders, 2005).

La mayoría de estos trabajos se centran en las señales de partido (*party cues*), para explicar la lógica subyacente que conecta la polarización a nivel de élite y la polarización a nivel de la ciudadanía. Este enfoque sugiere que, “los votantes siguen las señales que envían las élites sobre múltiples temas y se forman una actitud más consistente con su partidismo” (Levendusky, 2010, pág. 114). En ese sentido, en un entorno polarizado, por ejemplo, es relativamente sencillo para los votantes adoptar la posición de su partido sobre los temas sociales cuando sus políticos “han enviado señales distintivas que lo distancian de su posición con otros partidos” (Levendusky, 2009, pág. 163).

A modo de ejemplo, se muestra como el electorado del plebiscito por la paz en Colombia pudo haber seguido las señales partidistas para formar su opinión y su voto. El partido de oposición, el Centro Democrático en cabeza del expresidente Álvaro Uribe, fijó su postura frente al Acuerdo de paz, impulsando una campaña en contra. La postura de rechazo del uribismo fue una señal contundente que invitaba a sus electores a votar en contra del plebiscito.

En este entorno, con dos alternativas políticas en franca oposición era fácil para los votantes adoptar la posición de su partido sobre el tema en disputa. La Figura 1 muestra los porcentajes de votos recibidos por cada candidato presidencial en la primera vuelta electoral de 2018 por nivel de apoyo al Acuerdo. Si nos fijamos en el grupo de encuestados que no apoyaron la negociación, el candidato del Centro Democrático, Iván Duque, fue quien obtuvo un porcentaje mayor de votos.

Figura 1. Votación en 1ra vuelta presidencial entre nivel de apoyo al Acuerdo de paz



Fuente: elaboración propia con datos de LAPOP 2018-2019

El Acuerdo de paz fue un tema central en las elecciones de 2018. Si bien la mayoría de los candidatos de esa contienda expresaron su respaldo al proceso, Iván Duque durante su campaña remarcó que era necesario hacerle modificaciones, especialmente, a los puntos relacionados con la participación política de los exguerrilleros y la exención de delitos de lesa humanidad cometidos en el marco del conflicto. Dos puntos centrales de la negociación cuyos retoques supondrían un ataque a lo pactado y pondrían en peligro su cumplimiento.

El plebiscito condujo tanto a las élites políticas como a la sociedad a posicionarse en la dimensión guerra-paz, un eje que superó el clivaje ideológico y estructuró el conflicto social que activó la polarización en Colombia durante el gobierno de Juan Manuel Santos. Las posiciones que adoptan los partidos afectan el partidismo de los votantes, a tal punto que cuanto más separados estén los partidos políticos más fácil será para los ciudadanos distinguir entre sus opciones electorales (Lupu, 2015).

Si bien otros coinciden con los postulados de la teoría de las señales partidistas, divergen en llamar este fenómeno polarización. Fiorina y Abrams (2008) llaman polarización al movimiento hacia los polos de una distribución bimodal, que se caracteriza por una amplia dispersión de preferencias entre grupos cerca de los polos ideológicos. En estos casos, las opiniones y actitudes políticas de los ciudadanos se alejan de las posiciones moderadas hacia los extremos. Al revisar la evidencia estadística, Fiorina y Levendusky (2006) encuentran que tanto republicanos como demócratas en los Estados Unidos siguen siendo moderados.

Por tanto, afirman que, para que haya polarización se requiere de grandes distancias entre los grupos en sus preferencias temáticas y un agrupamiento de esas preferencias hacia los polos ideológicos no ha ocurrido entre el electorado norteamericano.

En su lugar, postulan que, actualmente, los partidos políticos son mucho más homogéneos ideológicamente lo que, como consecuencia, aumenta la distancia entre los mismos. En un contexto así, conocer la afiliación partidista de un votante proporciona mucha información sobre su ideología; sin embargo, para los autores, este cambio poco tiene que ver con la polarización partidista o ideológica, pero sí con un fenómeno que denominan “clasificación partidista” (*party sorting*).

La clasificación partidista es el proceso mediante el cual se produce un ajuste más estrecho entre la ideología política y la afiliación partidista (Fiorina & Levendusky, 2006). Al volverlos más homogéneos internamente, la clasificación partidista aleja a los partidos más entre sí, pero no produce distribuciones bimodales de opinión agregada. Por lo que el término clasificación partidista resulta, en lugar de polarización, “en una etiqueta más precisa para los cambios que se observan en el comportamiento electoral” (pág. 54).

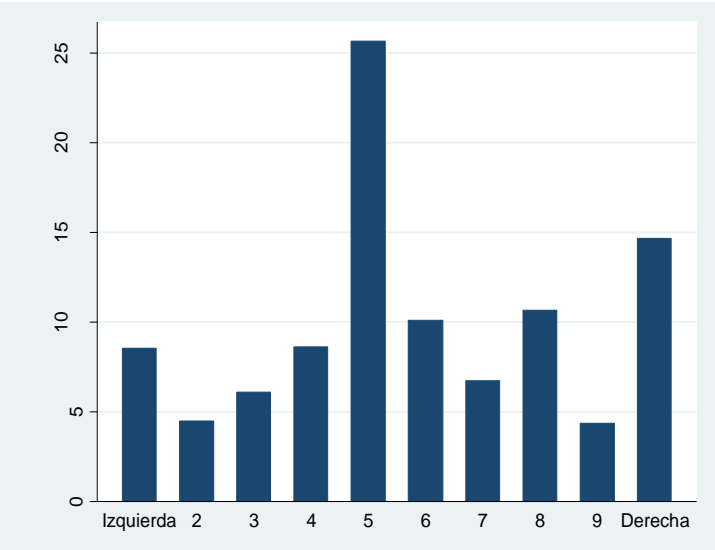
Con la clasificación partidista, señala Hetherington (2009), las diferencias de medias pueden aumentar, incluso si la dispersión de opiniones en la población permanece relativamente constante. Por ejemplo, es posible que la distribución de opiniones sobre el aborto no se haya vuelto más extremas con el tiempo, pero los electores de uno u otro partido podrían estar más alejados entre sí ideológicamente en lo concerniente a sus opiniones sobre el tema. Hetherington (2009) reconoce que esta definición puede tener algunos problemas derivados de las condiciones impuestas por el instrumento. Concretamente, “las encuestas tienden a concentrar la dispersión porque los encuestados tienden a elegir el punto medio de los elementos de la encuesta, independientemente de sus verdaderas preferencias” (pág. 431).

Analicemos, por un momento, la tesis del *party sorting* aplicada al caso colombiano con datos de la encuesta LAPOP para observar el comportamiento de los electores sobre algunos temas sociales importantes. El argumento, como ya vimos, sostiene que para que exista polarización las preferencias temáticas de los electores debe agruparse cerca de los polos ideológicos, en lugar de agruparse en torno a la posición media. Siendo Colombia un país con un sistema multipartidista en vez de basarnos en el alineamiento, liberal-

conservador, tomaremos en su lugar el espectro ideológico, izquierda-derecha, para saber si los datos de encuesta registran efectos importantes de estos cambios políticos.

Primero, se muestra el posicionamiento ideológico de los encuestados en la escala izquierda-derecha (Figura 2). Niveles altos de polarización deberían reflejar una mayor dispersión hacia los polos de la escala, lo cual no se evidencia, el centro sigue obteniendo un mayor porcentaje. El análisis basado en datos de encuesta refleja que el público colombiano sigue siendo relativamente moderado, lo cual sería un apoyo a la tesis de Fiorina y sus colegas. Sin embargo, también sabemos las limitaciones de este tipo de análisis apoyado en encuesta.

Figura 2. Auto-ubicación ideológica de los encuestados en la escala izquierda-derecha

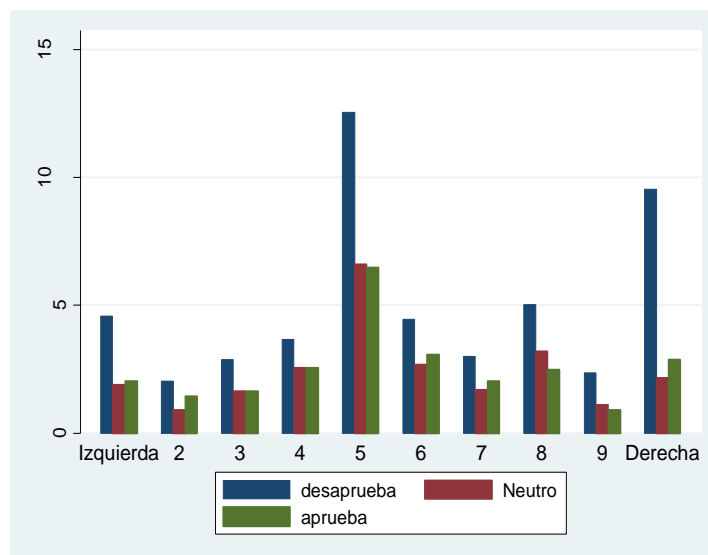


Fuente: Elaboración propia con datos de LAPOP 2018-2019

La Figura 3 muestra los porcentajes de aprobación del matrimonio igualitario por posicionamiento ideológico, si bien la distribución sigue concentrándose en el grupo de los moderados, lo cual es un indicio estadístico de que los colombianos, al menos en 2018-2019, mostraron niveles relativos de moderación respecto al tema, la gráfica nos permite hacer unas pequeñas comparaciones, principalmente, entre los sectores de los extremos. Por ejemplo, un porcentaje mayor, en comparación con los de izquierda, que desapruban el matrimonio de parejas del mismo sexo se encuentra hacia la derecha del espectro ideológico. En consecuencia, solo una pequeña minoría se identifica fuertemente con un lado o con el otro

que pueden ser aquellos que están más interesados en la política y siguen de cerca las señales que envían las élites políticas.

Figura 3. Aprobación del matrimonio igualitario por posicionamiento ideológico



Fuente: elaboración propia con datos de LAPOP 2018-2019

¿El hecho de que la mayoría de los encuestados sean moderados significa que un sector del electorado no está polarizado? Abramowitz y Saunders (2005) sostienen que hay que mirar más allá de la distribución general de las actitudes políticas en el público para ver si existen diferencias importantes en las opiniones políticas de varios subgrupos. En sus propias palabras: “es la existencia de divisiones de subgrupos, más que la distribución general de la opinión, lo que es fundamental para determinar el grado de polarización ideológica en una sociedad” (pág. 4).

Por ejemplo, si el tema es el matrimonio igualitario preferiblemente deberíamos considerar las opiniones específicas de los subgrupos sociales que se organizan en torno a este eje temático y crean movimientos políticos tanto a favor como en contra. Si el tema es relevante en alguna dimensión de sus vidas, los partidarios seguirán las señales partidistas adoptando puntos de vistas que se corresponden con los de las élites que se posicionan a favor o en contra. Aquellos que se oponen al matrimonio de parejas del mismo sexo es probable que se alineen con los políticos que votarían en contra del tema si llegase a ser tramitado en el Congreso. Lo mismo podría pensarse para otros temas socialmente relevantes como el aborto, hay que evaluar las opiniones de las proaborto y las provida para afirmar que

estamos ante un escenario polarizado. Ya que la clasificación subyacente puede producir “falsa polarización”, es decir, la tendencia de las personas a sobrestimar el grado de polarización entre grupos (Levendusky & Malhotra, 2016).

Sin embargo, para los críticos de la polarización a nivel de la ciudadanía, “la polarización en un tema no tiene por qué conducir a la polarización en todos los temas” (Baldassarri & Bearman, 2007, pág. 786). A menudo sucede que algunos temas, durante periodos muy cortos de tiempo, monopolizan el debate y emergen como altamente polarizados, por ejemplo, las actitudes hacia el aborto. Estos temas, de acuerdo con los autores, pueden denominarse *take-off issues* o temas de despegue. Estos tópicos se convierten en foco de una atención intensa que nos distraen de un gran número de temas en los que las actitudes permanecen estables, por lo que los individuos perciben la sociedad polarizada a pesar de que en el contexto la polarización está ausente.

Pese a estos matices sobre la polarización, se sigue considerando que el comportamiento de las élites incide en una gama tan amplia de fenómenos a nivel individual (percepciones políticas, actitudes y comportamiento de masas). Por consiguiente, esta diversidad es lo que hace que el proceso de clasificación partidista sea políticamente significativo (Zingher & Flynn, 2018). La orientación política de un individuo se traduce en comportamiento y actitudes y esta traducción está condicionada a cambios en el nivel de las élites (pág. 27).

Por ejemplo, Druckman y otros señalan que la polarización estimula el razonamiento motivado<sup>2</sup>, lo que a su vez “genera una toma de decisiones que se basa más en el respaldo de los partidos y menos en argumentos sustantivos” (2013, pág. 57). Bajo condiciones de polarización “la identificación partidista se vuelve más fuerte y menos ambivalente lo que lleva a un mayor razonamiento motivado y, por ende, a una mayor polarización entre la ciudadanía” (pág. 60).

Los estudios realizados en América Latina, por su parte, han demostrado una consistencia muy fuerte entre sistemas de partidos polarizados y comportamiento electoral. Por muchas décadas, la incapacidad de los partidos políticos para adoptar plenamente la competencia programática impidió que estos se diferenciaran de sus rivales, en este contexto

---

<sup>2</sup> El razonamiento motivado, también conocido como sesgo de confirmación, se refiere a la tendencia a buscar información que confirme creencias previas, es un tipo de sesgo cognitivo.



de bajos niveles de polarización los electores elegían candidatos sobre la base de sus características personales sin considerar el partido, la ideología o los programas políticos (Singer, 2016).

Sin embargo, el ascenso de la izquierda en los últimos años afectó esta dinámica al aclarar las diferencias entre candidatos y partidos. El ingreso de nuevos actores partidistas al sistema electoral obligó a los partidos existentes, en gran parte de derecha, a ofertar opciones políticas consistentes con su ideología, este proceso generó una nueva dinámica de polarización en la región. Las diferencias entre partidos, afirma Singer, “facilitó que los votantes vieran la conexión entre sus ideologías personales y las ofertas electorales de una forma más clara” (2016, pág. 175).

Como resultado de los cambios en el sistema electoral, la homogeneidad interna que alcanzan los partidos se traduce en señales más claras a la ciudadanía. En este contexto, los individuos están en mejores condiciones para determinar el partido ideológico más próximo a ellos (Zingher & Flynn, 2018). Específicamente, para el caso latinoamericano, la polarización al aclarar las opciones políticas presentadas por los extremos políticos permitió que los latinoamericanos se identificaran más claramente con las posiciones ideológicas ofertadas (Zechmeister & Corral, 2013).

En Venezuela, Brasil, Bolivia, Argentina, entre otros países donde hubo giro a la izquierda, la ciudadanía encontró opciones políticas alrededor de bloques ideológicos claramente delineados en la competencia política por el poder. En estos países, la polarización de las élites afectó las actitudes, las opiniones y el comportamiento de la ciudadanía en una multitud de formas (Singer, 2016; Zechmeister & Corral, 2013).

En concreto, para estos estudios, la polarización de las élites afecta de manera considerable las actitudes, las opiniones y el comportamiento de las masas en una multitud de formas que, imposibilita creer que este fenómeno tan extendido tenga poco impacto en la sociedad. Los cambios en el comportamiento de las élites se traducen en cambios en el comportamiento individual de tal suerte que a medida que las identidades partidista e ideológica se alinean las evaluaciones políticas, el comportamiento y las emociones de los individuos se polarizan (Mason, 2015).

Así pues, resumiendo lo planteado hasta aquí, para algunos el *party sorting* es un fenómeno que reorganiza las tendencias políticas con poco efecto sobre el comportamiento

o la polarización masiva; mientras que, otros sugieren que esta clasificación es un reflejo de una profunda polarización emergente en el electorado. Aun así, medir en conjunto las preferencias temáticas y las preferencias ideológicas de los electores en aras de encontrar una medida más apropiada de polarización masiva en lugar de esclarecer el debate lleva a confundir, de acuerdo con los críticos, dos tipos de polarización (Lauka y otros, 2018; Mason, 2015).

Mason (2015) arguye que cuando la polarización social se separa de la polarización basada en temas, ambos lados del debate sobre la polarización pueden ser simultáneamente correctos. Si el debate sigue sin lograr un consenso entre los académicos es porque la diferencia entre las dos formas de polarización no ha sido claramente elaborada.

Una vez hecha la diferenciación conceptual es más fácil entender los efectos de la clasificación partidista sobre el comportamiento del público masivo. El impacto de dicho fenómeno sobre la polarización es claramente observable en el público; no obstante, ha aumentado la polarización social en mayor medida de lo que ha aumentado la extremidad de las posiciones temáticas en el electorado (2015, pág. 128).

Esta visión bifurcada de la polarización explica porque las personas se vuelven cada vez más rencorosas y descortés políticamente en sus interacciones, incluso en presencia de posiciones temáticas comparativamente moderadas (2015, pág. 129). Siguiendo una extensa literatura en psicología social, sostiene que la identidad política debe ser entendida como una identidad social. Esto significa que un partidario se comporta más como un aficionado a los deportes que como un banquero que elige una inversión (Mason, 2016).

En efecto, algunos estudios han demostrado que las etiquetas de los partidos inducen sesgos en la evaluación de candidatos, incluso con posturas idénticas en los temas sociales (Huddy y otros, 2015), y otros han descubierto que los votantes tienen dificultades para ubicar correctamente los partidos en las escalas temáticas (Iyengar y otros, 2012). De ahí, que argumenten que un incremento en la alineación de las identidades ideológica y partidista no requiere un aumento en la extremidad de las posturas temáticas (Mason, 2015, pág. 131).

Las personas pueden polarizarse a lo largo de la ideología simplemente como un marcador o “significante vacío” (Lauka y otros, 2018, pág. 3). Es decir, sin necesariamente conocer o preocuparse profundamente por la ideología. En ese marco, la ideología o cualquier tema por sí solo no siempre pueden describir la dimensión en la que se dividen los votantes

o los partidos, dado que en muchos contextos los partidos y las élites se esfuerzan por activar varias dimensiones para movilizar a los votantes. En términos de McCoy y otros (2018), la polarización se activa cuando los principales grupos de la sociedad se movilizan políticamente para lograr cambios fundamentales en las estructuras, instituciones y relaciones de poder.

Los líderes políticos elevan una escisión en particular a un punto en el que múltiples identidades se alinean debajo de ella (McCoy & Rahman, 2016). Estas divisiones pueden surgir a nivel de temas sociales, ideológicos, etc., ya que la sobrerrepresentación de fuertes sentimientos políticos sumado al poder de movilización de clivajes sociales y culturales que apelan a identidades colectivas profundiza oposiciones binarias (Waisbord, 2020).

Si bien existe un acuerdo generalizado sobre el hecho de que las élites políticas se polarizan cada vez más, existe menos acuerdos sobre cómo este aumento en la polarización desde arriba afecta las actitudes y el comportamiento de los individuos. Por esta razón, a nivel de la ciudadanía, la polarización requiere de un examen más a fondo de las dimensiones involucradas y del contexto para afirmar que existe en determinada sociedad.

A nivel de las élites la polarización es un estado bastante común históricamente (Hetherington, 2009). En efecto, son propensas a incrementar sus diferencias temáticas e ideológicas para desmarcarse de otros partidos y lograr objetivos políticos específicos. Sin embargo, cuánto y cómo afecta este fenómeno el comportamiento y las actitudes de los individuos es lo que aún sigue estando en el centro de la disputa.

Sin embargo, más allá de la discusión teórica, hay que observar cuidadosamente los incentivos de las élites para activar dimensiones sociales con fines polarizantes. En otras palabras, hay que analizar la polarización como una “estrategia política” (Waisbord, 2020), que se activa fundamentalmente en contextos electorales o coyunturas político-sociales críticas. En estos contextos, las élites luchan por encuadrar los hechos o fijar agendas políticas dividiendo la opinión y atrayendo adeptos, un fenómeno que se instala cada vez más en el actual entorno mediático. En ese sentido, las redes sociales, específicamente Twitter, son una condición comunicacional que se convierte en un escenario para desplegar estrategias políticas. Es fácil para un partidario identificar las señales de su partido y alinear su comportamiento político en función de los mensajes que recibe.

En esta investigación, se intenta dar una respuesta para el caso colombiano y, de esa forma, aportar a la discusión en torno a la relación élites-ciudadanía-medios (tradicionales y digitales). Una línea de estudios aún incipiente en la región. En ese sentido, destacamos que una limitación de la mayoría de los estudios sobre el tema es que suelen analizar la polarización desligada de los espacios de interacción y comunicación donde los intercambios y la controversia política entre políticos con diferentes posturas ideológica pueden fomentar la polarización. En las sociedades contemporáneas, la producción, circulación y reproducción de las llamadas señales partidistas son cada vez más modeladas por los medios, tanto tradicionales como digitales.

No hay una respuesta simple a la pregunta qué sirve como evidencia de polarización, los indicadores que se utilizan para medirla son variados, por lo que el enfoque teórico desde el cual se analiza es fundamental para comprender los resultados. En relación con eso, la polarización puede ser un problema de preferencias temáticas e ideológicas, de partidismos, de clivajes sociales y como veremos a continuación también de afectos.

#### **1.4 Hacia una definición afectiva de la polarización**

Los desacuerdos sobre si existe polarización a nivel del electorado no solo generaron un animado debate entre los estudiosos del comportamiento político y la opinión pública, también produjeron una creciente literatura que tiene como objeto la examinación de la polarización como un fenómeno afectivo. El objetivo era trascender la vieja disputa argumentando a favor de un tipo de polarización que no puede explicarse por la identificación partidista o las posiciones temáticas únicamente.

Partiendo de la tesis demostrada por muchos, y discutida en el apartado anterior, de que la clasificación ideológico-partidista de un individuo es un factor potente de polarización social, estos estudios analizan la polarización afectiva como un subconjunto de la polarización social (Iyengar y otros, 2012; Iyengar y otros, 2019; Rogowski & Sutherland, 2016; Mason, 2016; Webster & Abramowitz, 2017).

Gran parte de esta literatura se nutre de los trabajos procedentes de la psicología social y, particularmente, de un campo de estudio generalmente conocido como teoría de la identidad social, que sostiene que la identidad es la base a partir de la cual se puede predecir el alcance del prejuicio intergrupalo (Iyengar y otros, 2012). Desde esta perspectiva, se suele

argumentar que la polarización afectiva está arraigada en la teoría del conflicto grupal, que afirma que el valor de la pertenencia a un grupo aumenta a medida que los conflictos intergrupales se vuelven más evidentes en la sociedad (Webster & Abramowitz, 2017).

Extrapolando los resultados de estos trabajos analizan la identidad política, el apego al partido, como una identidad que tiene el poder para afectar el comportamiento y las emociones (Mason, 2015). A este respecto, la polarización afectiva es una medida de los sentimientos positivos hacia el endogrupo, como de los sentimientos negativos hacia aquellos que se identifican con el grupo opuesto, exogrupo (Iyengar y otros, 2012).

Estos autores argumentan a favor de una definición alternativa de polarización, basada en el concepto de distancia afectiva y no en uno que se base exclusivamente en preferencias políticas. La polarización suprime las diferencias dentro del grupo y colapsa las diferencias intergrupales en una sola diferencia que se carga negativamente y que se utiliza para definir al otro (McCoy y otros, 2018), creando un juego en el que la exposición a mensajes que atacan al grupo externo refuerza las opiniones sesgadas de los partidistas sobre sus oponentes (Iyengar y otros, 2012). El simple acto de identificarse con un partido político es suficiente para desencadenar evaluaciones negativas hacia la oposición (Iyengar y otros, 2019). Las encuestas aparecen entre los instrumentos más utilizados para medir la polarización afectiva (Druckman & Levendusky, 2019).

En primer lugar, sobresale el termómetro de sentimientos, este tipo de encuesta mide el grado de las reacciones emocionales, positivas y negativas, que los partidos y sus líderes provocan en la ciudadanía tales como enojo o entusiasmo (Mason, 2016). En segundo lugar, aparecen las calificaciones de rasgos, donde se toman como medidas los estereotipos que los partidarios suelen utilizar para etiquetar a los integrantes tanto del endogrupo como del exogrupo. Rasgos positivos incluyen patriotismo, inteligencia, honestidad, mentalidad abierta y generosidad. Rasgos negativos incluyen hipocresía, egoísmos, mezquindad y mentalidad cerrada (Iyengar y otros, 2012). Un tercer enfoque tiene que ver con el concepto de distancia social, si el partidismo es una identidad social importante para una persona, los partidarios entonces deberían ser reacios a establecer relaciones interpersonales con simpatizantes del partido opuesto (Iyengar & Westwood, 2015).

Mason (2016), por ejemplo, examina la importancia del enojo y el entusiasmo impulsados por la clasificación social. El concepto de *social sorting* o clasificación social va

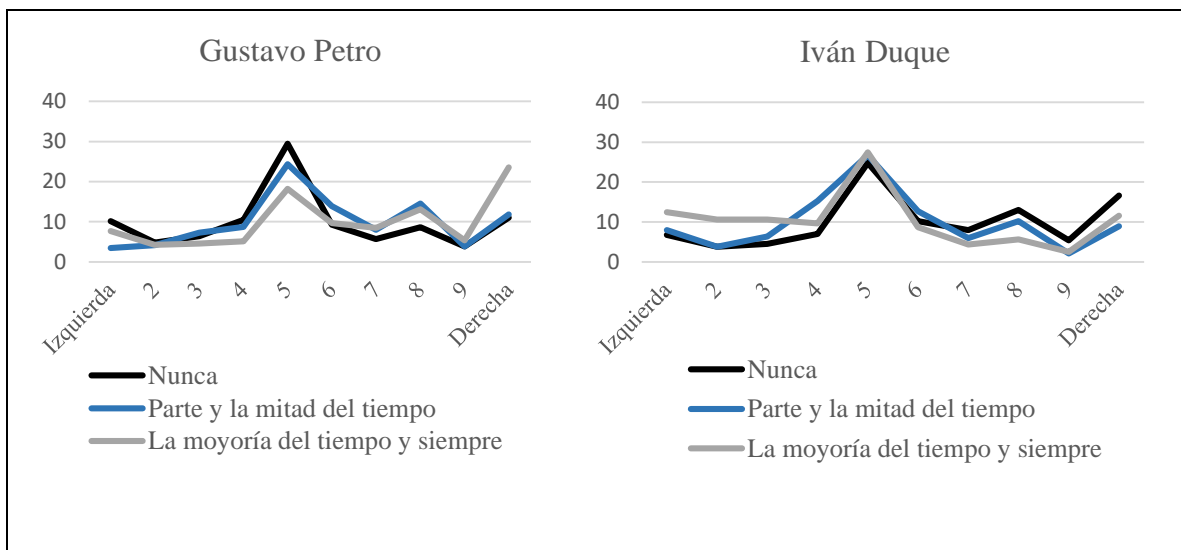
más allá del *party sorting* al describir la manera en la que se vinculan diferentes identidades sociales (religiosa, raciales, etc.) con los partidos políticos. Un conjunto bien clasificado de identidades sociales y partidista genera un electorado cada vez más reactivo emocionalmente y, por lo tanto, polarizado afectivamente. De esa forma, la clasificación es capaz de trascender los efectos del partidismo al impulsar un amplio rango de reacciones emocionales que el partidismo solo no puede explicar.

Las emociones políticas basadas en la identidad tienden a surgir en respuesta a actores políticos o mensajes que tienen el poder de afectar la integridad del partido o del líder del partido. En consecuencia, cuando el estatus del partido es amenazado los partidistas más fuertes reaccionan con niveles extremos de ira; por el contrario, cuando son expuestos a mensajes sobre la victoria del partido, ellos sienten niveles más fuertes de entusiasmo (Mason, 2016; 2015).

Iyengar y otros (2012), por su parte, miden los sentimientos sobre el matrimonio a través de líneas partidistas como una medida de distancia social y muestran que los estadounidenses se han vuelto cada vez más reacios a la perspectiva de que su hijo o hija se case con alguien de la oposición. Una forma de medir las reacciones emocionales de los partidarios ha sido a través de encuestas que indagan específicamente por los sentimientos de las personas hacia los candidatos del endogrupo (del propio partido) o del exogrupo (del partido opuesto). En esa dirección, la Figura 4 muestra las tendencias en los porcentajes de colombianos que han informado sentir enojo por los candidatos presidenciales de 2018, tanto del endogrupo como del exogrupo.

Casi un cuarto de los encuestados (24%) de los que se identifican como de derecha sintieron enojo la mayor parte del tiempo por el candidato de izquierda, Gustavo Petro, es decir por el candidato del exogrupo, mientras que solo un 12.5% de los que se identifican como de izquierda llegaron a sentir enojo por el candidato de derecha, Iván Duque.

Figura 4. Sentimientos de enojo por candidatos presidenciales



Fuente: Elaboración propia con datos de LAPOP, 2018-2019.

El afecto basado en el partido crea comportamientos discriminatorios como lo hacen otras divisiones sociales como la raza (Iyengar & Westwood, 2015, pág. 690). La razón de este comportamiento radica en que los partidarios perciben a los simpatizantes del partido contrario como diferentes a ellos en términos de sus características sociales y políticas (Webster & Abramowitz, 2017). Cabe aclarar que no hay una medida que sea mejor que la otra; más bien, miden diferentes manifestaciones de polarización afectiva, por lo que los académicos deben considerar qué medidas son las más apropiadas para su propia pregunta de investigación (Druckman & Levendusky, 2019). Por ejemplo, si el objetivo es analizar la discriminación partidista, los ítems de distancia social parecen los más adecuados.

Si bien hay un acuerdo generalizado sobre los niveles crecientes de distancia afectiva entre el público masivo, algunos divergen en que el electorado esté polarizado en gran medida a lo largo de líneas basadas en el vínculo grupal, es decir en la identidad, y no en base a las preferencias ideológicas como argumentan los defensores de la polarización afectiva (Webster & Abramowitz, 2017; Rogowski & Sutherland, 2016; Bougher, 2017).

Si las etiquetas ideológicas son en gran medida simbólicas en los efectos sobre el comportamiento partidista, la clasificación en bloques ideológicos puede tener poca importancia política, sin embargo no es tanto así, puntualizan algunos, porque el desacuerdo ideológico entre los partidarios es la principal causa del incremento de la polarización afectiva (Webster & Abramowitz, 2017).

En un experimento basado en encuesta, Rogowski & Sutherland (2016) encuentran que el aumento de las diferencias ideológicas entre figuras políticas produce evaluaciones afectivas cada vez más polarizadas entre los encuestados. De manera similar, muestran que dichas diferencias son especialmente grandes entre los encuestados con puntos de vista ideológicamente más extremos y niveles más altos de interés político.

Como puede verse, sobre las causas de la polarización afectiva las diferencias entre escuelas son imperantes como ocurre en cualquier campo de las ciencias sociales. Por una parte, los trabajos que se basan en las teorías de la identidad social exploran los factores psicosociales que subyacen a la identidad como una forma de entender las diferencias intergrupales. Por la otra, aparecen los estudios que siguen considerando la distancia ideológica como el elemento central que organiza las diferencias políticas y sociales en las democracias. Si bien los hallazgos en este campo de investigación son variados, en el fondo, demuestran que la polarización es un concepto multifacético, lo cual es fundamental para comprender las diferentes interpretaciones, las formas de medición y los abordajes metodológicos utilizados.

En ese sentido, las personas pueden polarizarse en distintos niveles, ya sea por preferencias temáticas, ideológicas o por su apego al partido (polarización afectiva). La distancia que se produce de esas diferencias políticas y sociales a nivel individual se refuerzan en alguna dimensión por las señales enviadas por las élites y sus partidos, dado que la polarización facilita que las personas conecten sus preferencias con aquellos que están más cercano a su forma de pensar sobre los temas sociales de gran envergadura.

La disputa por establecer las causas de la polarización social no termina ahí, sino que trasciende a otros campos de investigación. Los analistas han empezado a explorar factores externos al mundo político que parecen estar muy relacionados con el incremento de la polarización, como los son los medios tradicionales y digitales.

En este aspecto, algunos estudios han llegado a conclusiones bastante sugestivas, por ejemplo, Levendusky (2013) sostiene que la tendencia de las personas a ver a los partidarios opositores de manera negativa y a los copartidarios de manera positiva se reforzó cada vez más por la exposición a los medios partidistas que han proliferado en años recientes. La política se ha vuelto cada vez más antagónica y los mensajes negativos son reciclados por



periodistas que buscan el conflicto y la controversia por encima de todo (Iyengar y otros, 2012).

Para otros investigadores este fenómeno se ha visto agudizado por el efecto burbuja de las redes sociales que tienden a agrupar a usuarios con ideas afines en comunidades virtuales (Lelkes y otros, 2017). La lógica algorítmica refuerza la distancia entre el endogrupo y el exogrupo y favorece la proliferación de visiones estereotipadas del otro (Schulhauser & Vommaro, 2020). Esto convierte a las redes en un espacio donde se fomenta y se reproduce la polarización. Por tal motivo, hay quienes no descartan el análisis de la polarización como un fenómeno atravesado por las lógicas de los medios tradicionales y digitales (Fletcher y otros, 2019). Dada la importancia creciente de los medios como un factor que marca un camino analítico de explicación alternativa al papel de las élites y las identidades, en el siguiente capítulo ahondaremos sobre la importancia de los medios en general en la activación de la polarización política.

## CAPÍTULO 2

### **¿Las redes sociales aumentan o reducen la polarización política?: hacia una aproximación teórica del comportamiento político en el entorno digital**

En el capítulo anterior se examinaron dos tesis fundamentales. En primer lugar, la polarización es un fenómeno multidimensional que responde no solo a la lógica ideológica sino también a lógicas temáticas, sociales, afectivas y geográficas. En segundo lugar, la polarización a nivel de las élites políticas tiene consecuencias significativas para otras formas de polarización a nivel de la ciudadanía. El comportamiento de los políticos proporciona a los partidarios varias pistas para navegar por los problemas públicos y los temas de la agenda política y configuran tanto la cobertura mediática como la opinión pública.

El objetivo de este capítulo es explicar que dicho proceso no opera en un vacío social, sino que aparece cada vez más ligado a los medios de comunicación de los que disponen los políticos para transmitir sus posturas sobre los temas de la agenda política. Además, este capítulo conecta estos argumentos con otros factores que operan en el nivel individual como son la exposición selectiva, la asociación homofílica y la heterofilia.

Actualmente, la mediatización de la política ha alcanzado un nuevo estadio con el auge del ecosistema mediático digital, en el cual “los políticos operen a muy bajo costo para modelar y satisfacer las demandas informativas de sus votantes” (Calvo & Aruguete, 2020, pág. 12). Twitter ha sido el escenario de la comunicación política por antonomasia de la era de las redes sociales que, al desplazar los intermediarios tradicionales, facilita que los actores políticos puedan comunicarse de forma directa con sus votantes.

En este capítulo se propone el marco teórico que aborda el problema de la polarización política en las redes sociales. El primer apartado se enfoca en los mecanismos de operación de las redes sociales, particularmente de Twitter, para entender cómo los mecanismos estructurales de la plataforma, bajo ciertas condiciones, están favoreciendo la lógica de la polarización política en el espacio virtual. El segundo y tercer apartados explican, desde el enfoque de la exposición selectiva y el concepto de homofilia ideológica, la manera en que los usuarios consumen información y se acercan a políticos con los que guardan cierta afinidad ideológica. Un cuarto apartado discute con la literatura sobre los lazos débiles, la cual sugiere que la centralidad de este tipo de vínculos en un sistema de red posibilita que los usuarios consuman información de otros que son ideológicamente heterogéneos, facilitando

con ello dinámicas opuestas a las de las redes polarizadas. Finalmente, un quinto apartado pone el acento en el papel de los medios tradicionales y su relación con la polarización en el entorno digital. Como resultado de esta discusión se proponen algunas hipótesis que serán contrastadas en capítulos posteriores.

## **2.1 De la curación algorítmica a la formación de cámaras de eco en línea**

Uno de los argumentos comúnmente aceptados como una explicación tentativa del vínculo entre redes sociales y polarización política está relacionado con la capacidad de las primeras para fomentar el surgimiento de cámaras de eco donde se amplifican las ideas políticas (Barberá, 2020; Calvo & Aruguete, 2020). Las redes sociales tienden a crear entornos que le facilita al usuario elegir el tipo de información a consumir y las personas con las que desea interactuar. Estos procesos algorítmicamente mediados favorecen la formación de cámaras de eco (Cardenal y otros, 2019). Por esta razón, las cámaras de eco de las redes sociales constituyen un cerco informativo que separa a los usuarios en distintas comunidades de ideas afines (Calvo, 2015, pág. 120). Cuando trasladamos estos ensamblajes al mundo de las interacciones políticas, la mayoría de los académicos creen que ahí se encuentra una vía paralela al mundo *offline* hacia la polarización (Sunstein, 2009; Pariser, 2017).

Al solidificar estas identidades y consolidar fronteras con los otros, esta lógica de segmentación tiene el potencial de fomentar y reproducir la polarización. Tal y como sostiene Calvo: “la segregación de los usuarios de Twitter en distintas comunidades es sin duda una fuente de polarización política que no depende tan solo de las preferencias originarias de sus miembros sino también, en gran medida, de los mecanismos de transmisión de información que están codificados en las tecnologías de las redes sociales” (Calvo, 2015, pág. 84). Gran parte de este argumento se basa en la idea de que los algoritmos “observan y aprenden con qué contenidos interactuamos para cribar y entregar mensajes de manera segregada a la medida de las preferencias de cada usuario” (Calvo & Aruguete, 2020, pág. 157).

Los algoritmos que usan las redes sociales están fuertemente sesgados hacia el grupo de usuarios que uno sigue y hacia los temas que están marcando tendencia (Calvo, 2015). El resultado de este mecanismo, “es también la consolidación de comunidades de interés que tienen su origen en diferencias reales entre usuarios pero que, a su vez, aumentan la homogeneidad del grupo de pertenencia” (pág. 84), barrios que no se comunican entre sí y

cuyo pensamiento se amplifica y refuerza cuando discuten temas con un alto involucramiento político (Aruguete, 2019). A través de sus algoritmos, las redes sociales limitan la exposición a diversas perspectivas y favorecen la formación de grupos de usuarios afines que enmarcan y refuerzan una narrativa compartida (Cinelli y otros, 2021).

La manera en la que operan la curación algorítmica parece entonces “indicar que los individuos no solo procesan los mensajes guiados por sus prioridades ideológicas y sus intereses conscientes, sino que forman vínculos con sus pares en línea movidos por la dinámica topológica de las redes sociales” (Calvo & Aruguete, 2020, pág. 157). Existen por tanto mecanismos que operan en el nivel estructural de la red que contribuyen a explicar, en parte, la manera en que se propaga la polarización en el entorno virtual. Con el objetivo de disminuir la disonancia cognitiva y aumentar el placer que produce la confirmación de nuestras opiniones, estos algoritmos nos acercan a información y usuarios que piensan como nosotros y “no apuntan a mostrar ideas nuevas, desconocidas o ignoradas sino a reforzar flujos de información que se ajustan a apetencias personales existentes según selecciones anteriores” (Waisbord, 2020, pág. 260).

Básicamente, los académicos sostienen que “la segregación informativa en Twitter facilita la polarización, en la medida en que satura a los usuarios con información que es políticamente consistente con sus creencias previas” (Calvo, 2015, pág. 27). Un mecanismo a través del cual la plataforma tiende al reforzamiento de actitudes y, por ende, a la polarización política. En cierto sentido, “una cámara de eco puede actuar como un mecanismo para reforzar una opinión existente dentro de un grupo y, como resultado, mover a todo el grupo hacia posiciones más extremas” (Cinelli y otros, 2021, pág. 1).

Son estos procesos los que conectan la explicación previa de la polarización con el actual entorno informativo. Según Calvo y Aruguete (2018), Twitter actúa como una cámara de eco que devuelve narrativas localmente consistentes y posibilita que los votantes resignifiquen y adhieren al discurso político de las élites políticas y mediáticas que son congruentes con sus preferencias políticas. La red a través de sus algoritmos conecta a personas con ideas similares, entre los cuales sobresalen políticos y medios de comunicación que ostentan un factor de autoridad consolidado en diferentes regiones de la red donde sus mensajes logran importantes niveles de propagación (Calvo & Aruguete, 2020).

En efecto, siguiendo este cuerpo de literatura, los algoritmos de clasificación pueden limitar nuestro proceso de selección al sugerir contenidos similares a los que normalmente estamos expuestos. De tal manera que no solo median sino que también influyen en la promoción del contenido teniendo en cuenta las preferencias y actitudes de los usuarios (Cinelli y otros, 2021). Gran parte de este contenido al que se adhieren los usuarios por convicción o afinidad provienen de las élites políticas que comunican a través de sus redes sus posiciones frente a los temas de la agenda política. Desde la óptica de la teoría de las señales de élite, el análisis empírico de las autoridades brinda una perspectiva amplia sobre la polarización temática e ideológica tanto de estos actores como de sus votantes, la cual es propagada por la estructura de la red cuando nos conectamos con nuestros pares en línea.

En términos generales, las cámaras de eco en línea se definen como entornos en los que la opinión, la inclinación política o las creencias de los usuarios sobre un tema se refuerzan debido a la interacción repetida con pares o fuentes que tienen tendencias o actitudes similares (Cinelli y otros, 2021). Las cámaras de eco magnifican los mensajes entregados a la vez que aíslan a los usuarios de la refutación. De acuerdo con Ross Arguedas y otros (2022) la magnificación debe entenderse como la preponderancia de información consistente con la actitud, mientras que el aislamiento es el resultado de la ausencia de exposición transversal al contenido.

Los estudios empíricos que examinan esta cuestión en el contexto de las redes sociales son pocos y ofrecen resultados mixtos. La mayoría de esta investigación se ha desarrollado en el contexto específico de los Estados Unidos, donde parece que la exposición a contenido político de ideas afines puede potencialmente polarizar a las personas o fortalecer sus actitudes preexistentes (Barberá, 2015; Cinelli y otros, 2021; Banks y otros, 2021; Dylko y otros, 2017). En América Latina, algunos estudios que respaldan estos supuestos se han llevado a cabo en países como Argentina y Brasil (Aruguete, 2019; Aruguete y otros, 2020; Calvo, 2015; Calvo & Aruguete, 2020).

Por otra parte, los estudios que desafían el potencial polarizador de la segregación algorítmica encuentran que no es una tendencia general de la plataforma y solo se reduce a un pequeño segmento de la población, en su mayoría partidarios y activistas que siguen la política muy de cerca. Contrario a lo que plantea la teoría, Dubois y Black (2018) utilizan datos de encuesta de usuarios adultos de Internet en el Reino Unido y encuentran que aquellos

que están interesados en la política y aquellos con dietas mediáticas diversas son precisamente los que tienden a evitar las cámaras de eco.

Otro hallazgo similar fue descubierto en los Estados Unidos, al evaluar si las redes sociales contribuyen a la polarización política al crear cámaras de eco que aíslan a las personas de puntos de vista opuestos, Bail y otros (2018) encontraron que no son estas espacios mediáticos los causantes de la polarización, sino más bien la exposición a puntos de vista opuestos. Su conclusión es que “las personas que están expuestas a mensajes que entran en conflicto con sus propias actitudes son propensas a contra argumentarlas, acentuando las diferencias percibidas entre los grupos y aumentando su compromiso con las creencias preexistentes” (pág. 9217).

De manera sorprendente, Boxell y otros (2017) encontraron que la polarización ha aumentado más entre los grupos demográficos con menos probabilidades de usar Internet y las redes sociales (mayores de 65 años). Su modelo estimado a nivel de grupo de edad de adultos estadounidenses muestra que Internet explica una pequeña parte del crecimiento reciente de la polarización. En América Latina, algunos casos elocuentes que muestran resultados similares se encuentran en México y Argentina. Por ejemplo, en el caso mexicano, Atilano demuestra, empleando datos cualitativos, que “la interacción sociodigital genera fisuras en las cámaras de eco porque las personas están expuestas a diferentes puntos de vista, interpretaciones y relatos sobre el universo político, debido a su participación en distintos grupos primarios y su relación con lazos sociales débiles [...]” (2019, pág. 20). En el caso argentino, Calvo y Aruguete (2020) han encontrado que la polarización no es solo un problema estructural, sino sobre todo temático y hay ciertos temas que en lugar de exacerbar la polarización la corten perpendicularmente como en el caso de la red #AbortoLegal.

Al revisar la literatura existente sobre el tema, Ross Arguede y otros (2022) argumentan que las cámaras de eco en línea partidistas son generalmente pequeñas, mucho más pequeña de lo que suele suponerse en el debate público y político. En consecuencia, el trabajo de revisión que llevan a cabo sugiere que las cámaras de eco están mucho menos extendidas de lo que comúnmente se supone y las redes sociales y otras plataformas digitales que usan clasificaciones algorítmicas llevan a las personas a noticias un poco más diversas, lo contrario de lo que postula la hipótesis de la burbuja de filtro.

Los diferentes hallazgos en la literatura pueden explicarse, según Terren y Borge (2021), principalmente por las elecciones metodológicas de los investigadores. Aquellos estudios que encuentran evidencia clara de cámaras de eco que conducen a la polarización se basan en datos de rastreo digital. Por el contrario, aquellos que no encuentran evidencia se basan en datos de encuestas. Para otros revisionistas del tema, es plausible que las diferencias entre los estudios empíricos se deban a que las redes sociales tienen efectos heterogéneos en diferentes grupos de personas, en particular con respecto su orientación política y la fuerza de sus identidades partidistas (Barberá, 2020).

Una de las preocupaciones que señalan estos estudios es la tendencia a generalizar los resultados sin tener en cuenta posibles diferencias sociales o políticas. Es probable que “quienes se polarizan gracias a las plataformas digitales tienden a ser militantes y activistas” (Waisbord, 2020, pág. 265). Si bien existe acuerdo de que en un ambiente altamente dependiente de la curación algorítmica, es inevitable la segmentación de públicos según simpatías partidistas, esto no implica “que los públicos vivan en cámaras de eco perfectamente cerradas al resto” (pág. 265). Para Dubois y Black (2018), el fenómeno de las cámaras de eco está reducido a un número pequeño de usuarios que conviven con grupos heterogéneos más amplios. Por su parte, Garret (2017) argumenta que las cámaras de eco en línea son un distractor que impide ver el verdadero problema en las campañas de desinformación puestas en operación para manipular a las personas con fines políticos.

En resumen, los diferentes resultados de estos estudios nos llevan a indagar por las condiciones bajo las cuales las plataformas de redes sociales podrían favorecer la polarización política y bajo cuales podrían diluirla. En las siguientes tres secciones se analizan algunos factores individuales como la exposición selectiva, la homofilia ideológica y la heterofilia que impulsan a los usuarios a interactuar con sus pares en línea y dinamiza los procesos de transmisión de información codificados en la plataforma. Si las señales que envían las élites políticas son una fuente potencial que contribuye a la polarización a nivel de la ciudadanía, como sugiere la teoría, en el entorno digital esta interacción no es ajena a la dinámica estructural de la red.

## **2.2 Exposición selectiva**

Gran parte de nuestras acciones en las redes sociales son un reflejo de los criterios de selección que utilizamos en la búsqueda de información. Seguimos a ciertos políticos y medios de comunicación que son consistentes con nuestras preferencias políticas, compartimos contenidos políticos con nuestros pares interconectados porque estamos de acuerdo con lo que dicen o comentamos la publicación de alguien porque nos desagrada lo que plantea. Estas acciones definen lo que los académicos denominan exposición selectiva, la tendencia conductual a consumir información consistente con nuestras predisposiciones políticas y evitar a aquella que la desafía (Garrett, 2013; Stroud, 2008).

El enfoque de la exposición selectiva es heredero de la teoría de la disonancia cognitiva propuesta a mediados del siglo pasado por León Festinger, quien sostiene que: “la existencia de la disonancia hace que la persona trate de reducirla y de lograr la consonancia, evitando activamente las situaciones e informaciones que podrían probablemente aumentarla” ([1957] 1975, págs. 10-11).

El nuevo ecosistema mediático crea un entorno propicio que le facilita a una persona participar de una exposición selectiva y evadir información desafiante. En Twitter, por ejemplo, es mucho más fácil “prestar atención a algunos usuarios y temas en perjuicio de otros tantos a los que podríamos seguir” (Calvo & Aruguete, 2020, pág. 116). En ese sentido, la selectividad que ocurre en el entorno digital recibe de la segregación algorítmica un impulso que podría ser particularmente efectivo para reducir la disonancia cognitiva asociada con la evitación a información que desafía nuestras creencias (Dylko y otros, 2017).

Lo novedoso del escenario mediático actual reside precisamente en los procesos de personalización y desagrupamiento de la información mediante códigos algorítmicos (Calvo & Aruguete, 2020). La posibilidad que tienen los actores políticos para hablarle directamente a sus electores y la disponibilidad de información, aunado a la segregación algorítmica fomentan la exposición selectiva a contenido ideológicamente agradable que, en consecuencia, podría facilitar la polarización política (Stroud, 2008).

La evidencia empírica apoya la tesis de que existe una relación positiva entre tecnologías de personalización y exposición selectiva (Himmelboim y otros, 2013; Dylko y otros, 2017). Según estos estudios, al adaptar de manera eficiente y efectiva el entorno de información de acuerdo con las preferencias del usuario, las redes sociales minimizan la exposición a información contraactitudinal a la vez que aumenta la exposición a información



proactitudinal, creando un ambiente propicio para el fortalecimiento de actitudes polarizantes. En esta ecología mediática, como sostiene Spohr, “un usuario puede clasificar la información de acuerdo con sus sesgos y esta selectividad puede ser potencialmente mejorada por el algoritmo” (2017, pág. 154).

Una vez el usuario define el conjunto de contenidos al que decide exponerse, los algoritmos de la plataforma reconocen el tipo de información con el que interactúa y enrutan los mensajes a las personas que eligen recibirlos (Hermida, 2010; Himelboim y otros, 2013). En este contexto de consumo de información política, la exposición selectiva es “determinante para entender cuáles son los actores políticos que seguimos y los contenidos que aceptamos” (Calvo & Aruguete, 2020, pág. 16).

Sin embargo, otros estudios plantean la importancia de distinguir el impacto de los mecanismos estructurales (personalización impulsada por el sistema) y los psicológicos (personalización impulsada por el usuario) en la exposición selectiva. Algunos estudios experimentales han descubierto que en el contexto de consumo de noticias políticas en línea, la personalización impulsada por el sistema aumenta la exposición selectiva por motivos políticos, mientras que la personalización impulsada por el usuario la reduce (Dylko y otros, 2017). Otros académicos demuestran que en comparación con la clasificación algorítmica, las elecciones de los individuos desempeñan un papel más importante a la hora de limitar la exposición a contenidos sugeridos por la plataforma (Del Vicario y otros, 2016; Bakshy y otros, 2015).

A diferencia de otras plataformas como Facebook, Twitter nos facilita identificar con quiénes interactúan sus usuarios y qué actores políticos y mediáticos siguen. La estructura de las relaciones entre usuarios en esta plataforma tiende a ser, generalmente, asimétrica, lo que implica que una persona puede seguir a otra sin que se establezca entre ellos una relación de seguimiento mutuo (Calvo, 2015).

Aun cuando la relación entre exposición selectiva y polarización ideológica ha sido estudiada desde mucho antes del advenimiento de Internet (Stroud, 2010; Iyengar & Hahn, 2009), el estímulo que recibe del nuevo entorno de comunicación preocupa a los más escépticos. Se teme que las redes sociales al reducir la exposición a opiniones diferentes a las del usuario, socaven los procesos democráticos deliberativos y aumenten la polarización de las actitudes políticas (Sunstein, 2009; Pariser, 2017). Básicamente, esta corriente asume

que al facilitar que las personas se rodeen de las opiniones de sus pares con las que están de acuerdo y eviten las opiniones contrapuestas, las nuevas tecnologías son “un caldo de cultivo para la polarización y potencialmente peligrosas para la democracia” (Sunstein, 2009, págs. 63-64). Por su parte, Pariser sostiene que “el filtro burbuja nos acerca con ideas con las que estamos familiarizados, induciéndonos a un exceso de confianza en nuestros esquemas mentales” (2017, pág. 93).

La disponibilidad de fuentes de información en las plataformas de redes sociales conduce a una reducción del alcance de las noticias a las que las personas eligen exponerse (Iyengar & Hahn, 2009). En ese sentido, cuando un usuario participa de una exposición selectiva, eligiendo deliberadamente las redes, los actores y la información con la que quiere interactuar, este comportamiento modelado por la clasificación algorítmica facilita la división de la ciudadanía en grupos polarizados. La tendencia política a consumir fuentes de información que confirme creencias ideológicas, desde luego precede el desarrollo de las nuevas tecnologías, lo novedoso de este nuevo entorno mediático reside en la automatización de este fenómeno por parte de las burbujas de filtro (Pariser, 2017).

Aun así, creemos, siguiendo a Waisbord, que existe “una tamización y convergencia de influencias más que “efectos” poderosos de los medios sociales en polarizar al electorado”. Por lo tanto, “no hay efectos unidireccionales sino contextuales, filtrados por diferentes variables como características de identidades partidistas, ofertas y hábitos informativos” (2020, pág. 266). Quienes han examinado directamente las implicaciones políticas de los filtros burbujas han llegado a resultados contradictorios. Gran parte de la literatura que desafía la tesis de los filtros burbujas enfatiza la importancia de las redes ideológicamente heterogéneas como un factor que pueden limitar el efecto de los algoritmos (Messing & Westwood, 2012; Barberá, 2014).

Las técnicas de datos de seguimiento computarizados están atrayendo la atención de los académicos interesados en el estudio de diferentes temas, desde la exposición selectiva (Thorson & Wells, 2016; Garrett, 2013; Himelboim y otros, 2013), la polarización (Aruguete y otros, 2020; Fletcher y otros, 2019), las burbujas informativas (Barberá y otros, 2015; Cardenal y otros, 2019), la desinformación (Del Vicario y otros, 2016; Garret, 2017), entre otros tantos fenómenos que pueden analizarse en el entorno inmediato en el que ocurren.

En los análisis de la exposición selectiva a través de autoinformes el individuo es la unidad de análisis. Algunos autores señalan que estos métodos centrados en el individuo están limitados en términos de su capacidad para capturar datos sobre la exposición indirecta a la información (Himmelboim y otros, 2013). Las interacciones en línea facilitan la exposición a opiniones más allá de las redes sociales interpersonales inmediatas y la distribución de información que trasciende los controles tradicionales de las organizaciones de noticias (pág. 171).

En resumen, los estudios sobre la exposición selectiva en redes sociales plantean que los usuarios al exponerse de manera selectiva a otros usuarios con quienes comparten ideas afines contribuyen a la formación de comunidades informativas que ensanchan la brecha entre los distintos subgrupos. De acuerdo con la literatura, los grupos dentro de una misma discusión tienen diferentes hipervínculos de medios de uso frecuente, nombre de políticos que ostentan un factor de autoridad y *hashtags* que divergen en su discusión de un tema común. Sin embargo, el consumo de información política proactitudinal no es el único mecanismo que impulsa la polarización política en la red, en el siguiente apartado se revisa otro factor importante, la homofilia ideológica.

### **2.3 Homofilia ideológica**

Por otra parte, dado que Twitter y su algoritmo facilita la formación de redes de usuarios con intereses compartidos, este patrón se ve reforzado a su vez por la homofilia ideológica. Según Barbera y otros (2015), en lo que respecta a la ideología política las redes sociales tienden a ser homófilas. Este argumento se basa en la suposición de que los usuarios de Twitter prefieren seguir a otras cuentas cuya ideología es similar a la de ellos. Por lo tanto, “la ideología es una variable latente, cuyo valor se puede inferir al examinar qué actores políticos está siguiendo cada usuario” (Barberá, 2015, pág. 3).

Estos patrones de asociación homofílica producen estructuras a nivel local, es decir, comunidades de usuarios que no dialogan entre sí (Calvo & Aruguete, 2020; Igal Browarnik y otros, 2020). Parafraseando a Pariser (2017), podría decirse que lo novedoso de este nuevo entorno mediático reside en la automatización de estos fenómenos (la homofilia ideológica y la exposición selectiva) por parte de las llamadas “burbujas de filtro”.

En sus estudios empíricos, Barberá y otros (2015) encuentran que la homofilia ideológica se activa cuando el intercambio de información entre usuarios ocurre principalmente entre personas con preferencias ideológicas similares, pero no ocurre lo mismo cuando los mismos usuarios discuten temas no políticos. En consecuencia, demuestran que “las estructuras de comunicación en línea son flexibles y específicas de la situación y que el nivel agregado de polarización política depende en gran medida de la naturaleza del tema” (pág. 9).

Similarmente, Calvo y Arugúete demuestran que la polarización en línea puede variar en función del tipo de tema que se activa en la red y del nivel de congruencia ideológica de los usuarios con el mismo: “a partir del tipo de tema que se pone sobre la mesa, la polarización en las redes sociales puede activar conexiones que se alinean con la política o conexiones que la cortan de forma perpendicular” (2020, pág. 95).

Estos temas que a menudo atraen la atención colectiva y nos distraen del mayor número de temas en los que las actitudes permanecen paralelas reciben el nombre de *take-off issues* (temas de despegue) (Baldassarri & Bearman, 2007). En términos generales, las conversaciones en la vida cotidiana tienden hacia la homogeneidad porque “discutimos solo un subconjunto de posibles temas políticos con un subconjunto de posibles interlocutores, sin embargo, el grupo más grande en el que están incrustados conserva la heterogeneidad de actitudes respecto a otros temas” (pág. 7).

Bajo este supuesto, es probable que la polarización anclada en lógicas partidistas e ideológicas se active cuando ciertos actores políticos instalan temas en la agenda de las redes y envían señales partidistas que invitan a los usuarios más intensos a posicionarse a favor o en contra. Siguiendo el supuesto de la homofilia ideológica, se argumenta que la polarización es un fenómeno acotado a cierto grupo de usuarios que suelen seguir a aquellos actores políticos con los que tienen una identificación ideológica muy fuerte.

Por consiguiente, las redes sociales como Twitter pueden facilitar la polarización política en línea cuando los patrones de asociación homofílica y la exposición selectiva partidista de los usuarios determina el consumo de información política, lo que crea subredes o comunidades altamente cohesionadas ideológicamente, pero con cohesión global débil. En consecuencia, las redes polarizadas muestran niveles agregados de homogeneidad ideológica entre las comunidades de usuarios que se forman como resultado de la interacción de las

élites políticas y los usuarios que los siguen y se posicionan cuando los primeros discuten temas con un alto nivel de involucramiento ideológico.

#### **2.4 Lazos débiles: más allá de las redes polarizadas**

Más allá de los intercambios ideológicos entre personas de ideas afines es probable que las redes sociales faciliten también otro tipo de interacciones que sobrepasen las líneas ideológicas que configuran las cámaras de eco partidistas. Por tanto, en la misma medida en que Twitter genera redes de usuarios segregados según simpatías políticas formando comunidades que no se comunican entre sí, podría facilitar otro tipo de interacción política donde las formas organizadas de violencia queden en los márgenes.

Una posible explicación de esta tesis es que los sitios de redes sociales aumentan la exposición a información compartida por vínculos débiles, como compañeros de trabajo, familiares y conocidos, quienes tienen más probabilidades de compartir información novedosa, incluso ideológicamente diversa (Barberá, 2020). Esta no es una tesis que haya surgido con la emergencia de las redes sociales, hunde sus raíces en la teoría de los lazos débiles, pero aplicada al contexto digital significa que no todos los temas políticos que se discuten cotidianamente en las plataformas sociales necesariamente se alinean con el conflicto ideológico que permea la política cotidiana (gobierno-oposición o izquierda-derecha). Estas otras redes basadas en lazos débiles podrían explicar en qué condiciones la polarización política se diluye.

Al facilitarle a los usuarios acceso a un grupo heterogéneo de personas con las que pueden discutir, las redes sociales incrementan la exposición a la divergencia política y permiten la promoción de la diversidad de puntos de vista, aumentando la exposición incidental a noticias y opiniones políticas (Bakshy y otros, 2015; Messing & Westwood, 2012).

La exposición transversal en redes sociales ha sido un componente central de los estudios que sostienen que las redes facilitan el pluralismo político, dispersando la opinión pública en diversas regiones de la red. Un supuesto básico detrás de esta idea sugiere que cuando los usuarios estructuran sus redes para incluir información y opiniones de personas y medios que no se alinean con sus puntos de vista políticos personales forman opiniones más moderadas que inhiben el efecto de la polarización (Semaan y otros, 2014). En su revisión

de la literatura sobre el tema, Ross Arguedas y otros (2022) concluyen que la mayoría de las personas tienen dietas mediáticas diversas y solo pequeñas minorías obtienen noticias exclusivamente de fuentes partidistas. Son estas minorías, desde su punto de vista, las que tienden a quedar atrapadas en cámaras de eco partidistas y no el público en general que habita la red.

La teoría, propuesta a principio de los setenta por Granovetter (1973), sostiene que si las personas tienden a ser homófilas (vínculos fuertes con personas similares a ellas) “es poco probable que los lazos fuertes sean fuente de información novedosa” (Borgatti & Lopez-Kidwell, 2011, pág. 142). Por lo tanto, a partir de un lazo débil, también denominados lazos puentes, en teoría de redes, “una persona puede enterarse de cosas que aún no están circulando entre sus redes de amigos” (2011, pág. 141).

Barberá (2014), quien aporta evidencia empírica a la teoría, argumenta que “los lazos sociales débiles tienden a ser ideológicamente más heterogéneos que los lazos sociales fuertes”, por consiguiente, “la mayoría del contenido que las personas ven en las redes sociales es generado por lazos débiles” (pág. 6). Bajo este supuesto, la probabilidad de que las redes sociales aumenten la exposición a la diversidad política para la mayoría de las personas es relativamente alta. Cuando los llamados lazos débiles se activan, según el autor, la exposición a la diversidad política tiene un efecto positivo en la reducción de la polarización política (Barberá, 2020).

En realidad, este argumento no se contrapone al supuesto principal del enfoque basado en la exposición selectiva. Para Stroud (2008), la oportunidad que tiene una persona de participar en una exposición selectiva en un entorno altamente fragmentado no significa que la gente necesariamente buscará medios afines, las personas pueden optar por exponerse a diversos puntos de vista y aprender más sobre perspectivas con las que no están familiarizados.

De manera similar, Calvo y Arugete (2020) sostienen que las redes tienen dimensiones en las cuales los usuarios pueden expresar posiciones compartidas. La ideología es una de las tantas dimensiones que describe atributos políticos de quienes interactúan asiduamente. Pero esta dimensión que observamos en redes polarizadas, por lo general, no nos informan sobre los otros temas que se están discutiendo en la red. Para los autores, es altamente probable que existan en estas otras dimensiones nodos (lazos débiles) que vinculan

a usuarios cercanos a la oposición y al gobierno y faciliten el diálogo entre quienes confrontan en la dimensión ideológica.

En consecuencia, de estos estudios se infiere que, el entorno multidimensional que crean las redes sociales sobre la base de sus mecanismos estructurales y que facilitan la polarización en ciertos contextos podrían en la misma medida fomentar otro tipo de diálogo con niveles nulos o bajos de polarización cuando los lazos débiles se activan. Aquí la teoría de las señales partidista es fundamental, nuevamente se toma como medida para el análisis empírico. Hay temas que invitan a las redes a reestructurarse cuando la distancia partidista no se reproduce en la conversación virtual (Calvo & Aruguete, 2020).

Esto nos lleva a proponer como hipótesis alternativa que, en comparación con las redes polarizadas, las no polarizadas muestran niveles de segregación ideológica nula o moderada, debido al efecto que ejercen los llamados lazos débiles que conectan a los usuarios de distintas comunidades con información novedosa.

Empíricamente, se podría probar esta hipótesis mediante la visualización de dos métricas. En primer lugar, a partir de la formación de diversas comunidades debido a la heterogeneidad ideológica de los participantes (en las redes polarizadas, los usuarios tienden a agruparse en comunidades opuestas y la conversación tiende a estructurarse en clivajes políticos, sociales, afectivos o simplemente temáticos. En segundo lugar, se puede medir en función de los actores que participan de la conversación en línea (las redes no polarizadas tienden a consolidar como nodos centrales de la red una diversidad de actores que sobrepasan los límites ideológicos y facilitan la formación de comunidades alternas).

Además de los actores y procesos analizados hasta aquí, algunos estudios han llegado a sugerir que los medios de comunicación están respondiendo a las lógicas de segmentación de las redes produciendo noticias cada vez más sesgadas hacia uno u otro lado del debate político. En la siguiente sección se analiza el papel de los medios en escenarios de polarización.

## **2.5 Los medios de comunicación y la polarización política**

La relación entre polarización y medios de comunicación es un tema que precede al surgimiento de Internet y las plataformas digitales. Gran parte del argumento ha consistido en evaluar si los medios de comunicación partidistas agitan la polarización política (Prior,

2013; Stroud, 2010). No se desconoce que el sistema de medios es diverso y en él conviven tanto medios de comunicación partidistas como medios que brindan un periodismo moderado frente a la coyuntura política. Sin embargo, en lo que atañe al efecto de los medios en contextos de polarización, el foco de esta investigación está puesto en el surgimiento de los medios abiertamente partidistas. En concreto, indaga por el impacto causal de un entorno mediático más partidista en la polarización masiva.

En años recientes, hemos visto en Colombia un movimiento hacia los polos ideológicos de los principales medios comerciales, principalmente de derecha ¿qué incentiva a estos medios de comunicación a reducir las noticias políticas a un lado u otro del espectro ideológico? El incentivo, para algunos analistas, proviene de la relación de los medios con el poder político, que en la mayoría de las veces hacen de la dinámica del estado una parte fundamental de su entorno empresarial (Castells, 2012). A diferencia de Estados Unidos o Europa, sostiene Waisbord, en América Latina el modelo de negocio del periodismo no depende únicamente del mercado sino también de la generosidad del estado que, “a través de publicidad, subsidios, quitas impositivas y otras tácticas premian la lealtad de los medios” (2020, pág. 258). Ambas lógicas, política y comercial, siguen presentes y estrechamente vinculadas y, por muchas décadas, han dado forma a los sistemas de medios en la región (Waisbord, 2000).

Esto explica por qué en la región algunos medios desarrollan agendas que muchas veces se alinea estratégicamente con los intereses de las élites para generar sus propios réditos económicos. En consecuencia, en lugar de contribuir a la producción de información de interés general, su proximidad con el poder político los ata a la lógica de ahondar diferencias (Waisbord, 2020). En ese sentido, según convenga a sus intereses, los medios pueden apoyar o denostar a determinado grupo social, político o económico (Ortega & Reyna, 2022), e intensificar sentimientos políticos que valoren a los propios y expresan profundo desprecio hacia los otros (Waisbord, 2020).

Según Castells (2012), cuando los medios se alinean con las élites tienden a desarrollar un modelo de comunicación partidista que consiste en conseguir una audiencia objetivo; por lo general, son audiencias profundamente comprometidas políticamente, ávidas de confirmar sus opiniones más que en informarse en otras fuentes. Generalmente, “la formulación de mensajes, noticias y narrativas políticas se fijan en función de las estrategias



políticas de quienes respaldan” (2012, pág. 274). En cierto sentido, siempre que la partidización de los medios capte un importante segmento del mercado atrayendo a la gente que quiere confirmar a través de los medios sus propios puntos de vista, el periodismo partidista constituye un modelo efectivo de negocio.

La captura mediática por parte de las élites políticas para potenciar sus propias voces y denostar la del adversario político ha sido definida como “patrimonialismo mediático” (Waisbord, 2017). El patrimonialismo “se define por el dominio de la política particularista y el débil Estado de derecho” (Waisbord, 2012, pág. 442). Aplicado al campo de los medios, sostiene Waisbord, este tipo de dominio se impone cuando los actores políticos normalmente se acercan a los medios como una prolongación de su poder personal, ejerciendo discreción en las decisiones que afectan el negocio de las noticias.

Como forma de relacionamiento entre los propietarios de medios y la política de turno, el patrimonialismo ha sido central para el desarrollo moderno de los sistemas político-mediáticos en América Latina (Waisbord, 2000). Ha facilitado la formación, el ascenso y la consolidación de corporaciones de medios como *El Tiempo* en Colombia, *Globo* de Brasil, *Televisa* de México o *Grupo Clarín* en Argentina (Guerrero, 2014). En América Latina la política patrimonialista continua a pesar de la afirmación del gobierno democrático en la región (Waisbord, 2012).

En el caso específico de Colombia, Los periódicos surgieron como empresas familiares apoyadas por alianzas políticas con el objetivo de defender ideologías partidistas en lugar de ser una fuente de ganancias (Montoya-Londoño, 2014). Por décadas, las familias propietarias de medios fueron las mismas que dominaban los partidos Liberal y Conservador, y la prensa era ante todo un vehículo de la política partidista (Hallin & Papathanassopoulos, 2002).

En lo que respecta a la televisión, señala Montoya-Londoño (2014), que hasta finales de los años 1980, el Estado colombiano retuvo el control de la propiedad y no fue hasta con la Constitución de 1991, que el gobierno de César Gaviria Trujillo (1990-1994) introdujo políticas de privatización de la televisión y las telecomunicaciones, lo que trajo como consecuencia la cooptación por parte de los grupos económicos más poderosos del país. La privatización “fomentó la concentración del mercado y una programación comercialmente dependiente de los intereses de estas empresas, sus filiales y organismos políticos” (pág. 69).

A pesar de las restricciones a la tenencia de propiedades fijadas por la ley, en Colombia los Grupos Santo Domingo y Ardila controlan más del 70 por ciento de los diferentes tipos de medios (Guerrero, 2014).

Para el año 2014, el 78 por ciento de las estaciones de radio eran de propiedad privada frente al 22 por ciento de propiedad estatal, y el 74 por ciento de los medios de televisión estaban en manos privadas frente al 26.4 por ciento que eran públicas o estatales (Montoya-Londoño, 2014). La concentración de la propiedad mediática en manos de grandes empresarios ha facilitado que el patrimonialismo mediático sea hoy una característica que define el sistema de medios colombiano.

A principios de siglo, Hallin y Papathanassopoulos (2002) ubicaron a Colombia junto con Brasil, México y los países del sur de Europa (Gracia, Italia, España y Portugal) en el modelo pluralista polarizado. Este tipo de modelos se caracteriza por la integración de los medios en la política partidista, un desarrollo histórico más débil de los medios comerciales y un papel fuerte del Estado. En un sistema político con pluralismo polarizado, los medios de comunicación tienden a involucrarse en el conflicto político y toman partido según les convenga a sus propios intereses. En un sistema político de este tipo, de acuerdo con Hallin y Mancini, “los medios suelen identificarse con tendencias ideológicas, y las tradiciones de periodismo están orientadas a la defensa y los comentarios suelen ser fuertes” (2004, pág. 61).

Una década después, Montoya-Londoño (2014) señaló que debido a los cambios político-comunicacionales de los últimos años, el sistema de medios se encuentra más cerca de lo que Guerrero (2014) denomina el modelo “liberal capturado”. El modelo actual es liberal “en la medida en que Colombia tiene niveles medios de circulación de prensa, pluralismo externo y dominio del mercado y baja intervención estatal en el contexto de un Estado de bienestar más débil. No obstante, “ha sido capturado por intereses estatales, corporativos” (Montoya-Londoño, pág. 77). ¿Refleja el sistema de medios las principales divisiones políticas de la sociedad colombiana?

Como vimos, en Colombia, la mayoría de los medios periodísticos son propiedad de conglomerados que los usan para promover sus propios intereses y los de los poderosos de quienes reciben recursos estatales. Esta relación idílica de favores y prebendas mutuas por mucho tiempo borró los límites entre la lógica periodística y la lógica partidista. Sin embargo,

con el cambio de gobierno y con él de signo ideológico la relación entre medios y gobierno ha sido más conflictiva que cooperativa. Los medios que se han mantenido en la derecha del espectro ideológico han radicalizado su discurso periodístico contra las políticas gubernamentales de Gustavo Petro.

Si en los gobiernos anteriores (todos de derecha) los propietarios de los medios con frecuencia arrastraron las líneas editoriales hacia campos progubernamentales, actualmente medios como *Revista Semana*, *La FM*, *Noticias Caracol* o *Noticias RCN* han adoptado una línea antigubernamental. Los medios constituyen, como señala Castells, “el espacio en el que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos rivales, crean plataformas de comunicación y producen mensajes en consonancia con sus intereses profesionales y empresariales específicos” (2012, pág. 263). La situación actual de Colombia ilustra con claridad la dinámica cambiante de los medios que promueven agendas y moldean líneas editoriales según convenga a los intereses de sus dueños. Las políticas del gobierno actual no se alinean con los intereses de los principales conglomerados mediáticos. Una relación conflictiva que arrastra a los medios a participar en el actual escenario de polarización que vive el país y a posicionarse como un actor más en la arena política.

En América Latina, la creciente partidización de las líneas editoriales de los principales medios comerciales ha sido una ruta indirecta de la explicación de la polarización mediática. Schuliaquer y Vommaro sostiene que “aunque la polarización responde a múltiples causas, el tipo de interacción que se establece entre actores mediáticos y actores políticos es una de sus dimensiones fundamentales, ya que son, aún en el contexto actual, dos de los actores con mayor peso sobre la agenda pública” (2020, pág. 239).

Levendusky (2013) argumenta que al participar en una selección de historias sesgadas, informando más intensamente sobre temas que favorecen a sus bandos y restan importancia a las historias que dañan sus puntos de vista, los medios partidistas hacen que las identidades partidistas de las audiencias sean más destacadas, contribuyendo así a magnificar la tendencia hacia la polarización de actitudes. Esto potencia “el partidismo de los ciudadanos, fortaleciendo el grado en que ven el mundo a través de lentes de colores partidistas” (2013, pág. 613). En ese sentido, los medios tradicionales juegan un rol central al fomentar la polarización a través de la sobrerrepresentación de fuertes sentimientos políticos (Fletcher y otros, 2019).

El poder polarizador de las organizaciones de noticias con ideas afines radica en el hecho de que envían señales poderosas sobre lo que los miembros del grupo creen (o deberían creer), al tiempo que denigran y se burlan de la otra parte (Arceneaux & Johnson, 2015, pág. 315). Para los autores, a nivel masivo, las noticias partidistas pueden influir en el debate político, permitiendo que la polarización se propague a través de las redes sociales.

Con el auge de Internet y de las plataformas de redes sociales el debate sobre polarización y medio recobro un nuevo auge. Las tecnologías digitales redefinieron la dinámica de producción y consumo y aumentaron el acceso a los medios tradicionales (Montoya-Londoño, 2014). En estas condiciones, “la interacción entre el alineamiento político binario, los medios tradicionales y las redes sociales parece fortalecer y reproducir la polarización” (Schuliaquer & Vommaro, 2020, pág. 242). Los medios tradicionales aprovechan el potencial de los medios digitales para impulsar su propia agenda. Gran parte de lo que los usuarios comparten en las redes sociales sobre política son noticias producidas por los medios de comunicación tradicionales.

Si bien la literatura reconoce que la relación entre medios y política hace al periodismo más sensible a las preferencias políticas de los usuarios, esta no es la única causa por la cual los medios maximizan las posibilidades de producir contenido para audiencias específicas. Recientemente, un cuerpo de investigación ha comenzado a estudiar las presiones económicas a las que están siendo sometidos los medios con la maduración de las plataformas de redes sociales. El próximo apartado ofrece una revisión crítica de esta literatura.

### **2.5.1 Los medios y el ecosistema digital**

Las redes sociales también han transformado la manera en que consumimos información. La alta disponibilidad de contenidos mediáticos impulsada ideológicamente en distintas plataformas digitales ha permitido que las personas creen un entorno de información en el que solo reciben noticias con ideas afines, si así lo desean (Arceneaux & Johnson, 2015).

El cambio de un sistema de medios a otro, generó serios problemas a la industria mediática, basada fundamentalmente en la venta de espacios publicitarios. Empecemos con una breve descripción de esta crisis para entender cómo los medios tradicionales quedaron

atrapados en esta nueva ecología informativa, participando, a su vez, de su lógica de producción, consumo y segmentación.

En un minucioso trabajo que analiza la situación del periodismo contemporáneo, Waisbord plantea que la crisis existencial del periodismo se refiere “al resquebrajamiento de la posición que tuvo cuando fue institución central en el flujo diario de noticias, información y opinión pública” (2017, pág. 18). Según su argumento, la proliferación de contenidos en línea abrió el mercado de las noticias y aceleró el proceso de desintermediación de la información, monopolio exclusivo del periodismo en el anterior sistema de medios masivos. En el nuevo ecosistema de medios conectivos los medios tradicionales ya no juegan un rol dominante y son una opción más entre la vasta competencia y los distintos contenidos que oferta la web. Si bien la multiplicación de plataformas digitales posibilitó la democratización y la desmonopolización de la información, el peligro para la democracia, sugiere el autor, es justamente cuando los medios carecen de autonomía y producen contenidos que encajan con lo que las audiencias, anunciantes y dueños esperan.

Ante el nuevo escenario, los medios tradicionales han tenido que asegurarse un lugar en la industria de la publicidad basada exclusivamente en datos de comportamiento. Pariser (2017), un observador agudo de esta realidad, señala que la industria de los datos impulsó una transformación radical con respecto a quienes producen noticias y cómo lo hacen. Un anunciante, por ejemplo, ya no tenía que contactar con el medio para conectar con sus lectores, podría dirigirse a ellos cada vez que conectase a Internet. Esta nueva ecología mediática propinó un golpe al modelo del negocio periodístico, pero por otra parte “generó nuevas oportunidades de monetización” (pág. 56), que aceleraron la digitalización del periodismo (Boczkowski, 2006).

En otras palabras, precipitó la transición del viejo modelo comercial a un modelo de negocio basado en plataforma publicitaria con la finalidad de captar anunciantes y lectores en línea. Ante estos nuevos desafíos, la industria mediática se vio empujada a “adaptarse al mundo personalizado de los filtros burbujas y pensarse como empresa de datos con la misión de producir información relativa a las preferencias de la audiencia” (Pariser, 2017, pág. 58).

Por consiguiente, encajar y funcionar en esta nueva ecología comunicacional supuso un proceso de “redefinición de las prácticas periodísticas y de la producción de información para públicos segmentados” (Waisbord, 2017, pág. 33). En este entorno, las tendencias

comerciales, políticas y públicas fijan el derrotero del periodismo contemporáneo, en donde “la comunicación de identidad de grupos es preferida y redituable sobre la comunicación en diferencia” (Waisbord, 2017, pág. 32). En consecuencia, es probable que, como sugiere Waisbord, al explotar económicamente este activo, los medios cementen divisiones que apuntalan la polarización en la red.

Al respecto, Mitchelstein y otros arguyen que, “la lógica del mercado de los grandes medios tradicionales, durante casi todo el siglo XX, le permitía a estos decirle al público qué información debían consumir, de manera relativamente independiente de sus preferencias” (2016, pág. 1032). El advenimiento de Internet y, posteriormente, el de las plataformas de redes sociales desafiaron esta lógica, obligando a los medios a adaptarse a una nueva lógica de negocio. La capacidad de los medios para decirle a las audiencias qué información es relevante se ha visto seriamente afectada, dado que, en este nuevo entorno, “los usuarios construyen agendas colectivas que limitan la capacidad de los medios masivos de establecer la agenda pública de manera generalizada y homogénea” (Calvo & Aruguete, 2018, pág. 192).

Sin embargo, hay quienes contradicen estos argumentos y en su lugar plantean que las redes sociales, en realidad, refuerzan el poder de los medios tradicionales para establecer la agenda general de noticias. Bright (2016) demuestra que la importancia de los eventos que allí tienen lugar envían poderosas señales a los editores de noticias para dar forma a la agenda de las redes sociales. Las nuevas prácticas de consumo de noticias han redefinido la manera en la que se producen y circulan las noticias en la era digital. Prestar atención a las preferencias de la audiencia genera réditos en términos económicos y conduce a los medios a ofrecer perspectivas dentro de la lógica de segmentación que promueve la polarización en el entorno digital.

En síntesis, la relación de los medios con el poder político, como un antecedente histórico de la polarización en América Latina, y la migración al ecosistema digital dominado por algoritmos de filtrado han vuelto a los medios tradicionales más sensibles a las demandas informativas de los usuarios. En este entorno es probable que los medios no solo participen, sino que también refuercen la lógica de la polarización política al producir contenidos sesgados en una u otra dirección.

## **2.5.2 Las nuevas prácticas de consumo e intercambio de noticias**

Nos encontramos, entonces, ante un escenario donde los medios participan activamente a la par de otros usuarios para crear tendencias, difundir contenidos y aumentar el número de visitantes a sus portales de noticias. En los últimos años, las investigaciones se ha centrado en el estudio de las prácticas de intercambio de noticias (Kümpel y otros, 2015; Aruguete y otros, 2020). Básicamente, el argumento que defienden estos estudios sostiene que las organizaciones mediáticas preocupadas por maximizar el número de lectores seleccionan líneas editoriales que atienden a consumidores políticamente polarizados (Aruguete y otros, 2020).

El nuevo entorno de información más diversificado no solo hace que sea posible para los consumidores “buscar noticias que puedan encontrar agradables, sino también proporciona un fuerte incentivo económico para que las organizaciones de noticias atiendan las preferencias políticas de sus lectores” (Iyengar & Hahn, 2009, pág. 21). Por consiguiente, es probable, como demuestran Iyengar y Hahn, que la demanda de noticias varíe con la afinidad percibida del medio con las preferencias políticas del consumidor.

En este entorno, los medios se vuelven más sensibles a las demandas informativas de lectores polarizados, dado que dirigir noticias a lectores intensos aumenta la circulación en la red (Aruguete y otros, 2020). Por consiguiente, Twitter no es únicamente un enorme sistema de divulgación de preferencias políticas, sino también un sistema de distribución de titulares de noticias (Kwak y otros, 2010). La facilidad que ofrecen sus algoritmos para conocer de manera precisa el comportamiento de las audiencias y monitorear el tráfico de lectores en línea incentiva la producción de contenidos para públicos segmentados.

Por tal motivo, algunos autores sugieren que la polarización en la red es también “el resultado de la oferta informativa que los distintos grupos de votantes tienen a su disposición” (Calvo, 2015, pág. 60). La polarización como estrategia mediática resulta fructífera para quienes la promueven, dado que produce réditos en términos de audiencia y publicidad (Waisbord, 2020). No obstante, al adaptarse a esta nueva ecología informativa, los medios asumen costos como los de no ser compartidos por moderados o por usuarios de un color político diferente. También asumen costos de reputación al ser percibidos como sesgados por lectores potenciales (Aruguete y otros, 2020). Sin embargo, sugieren Aruguete y otros que,

no satisfacer las preferencias de alguno de los sectores políticos resultaría en una exposición significativamente menor para el medio.

Aunque la posibilidad de encontrar medios que atiendan a públicos moderados escasee, hay que advertir que no todos los medios polarizan. Según Waisbord, “quienes polarizan al electorado son determinados medios cuyas agendas editoriales y modelo comercial tienen el objetivo de polarizar identidades apelando a narrativas afectivas extremistas” (2020, pág. 262). Sin embargo, sostiene que, la ausencia de medios que tiendan a la moderación contribuye a la polarización, dado que la producción de noticias queda en manos de medios partidistas. En líneas similares, Arceneaux y Johnson plantean que, “la aparición de medios partidistas es más un síntoma de un sistema político polarizado que una fuente de polarización” (2015, pág. 309). En ese sentido, “la polarización mediática obedece, en parte, a que los medios comunican al público el grado en que los políticos están polarizados a lo largo de las líneas partidistas” (pág. 309).

Al ser seguidos por miles de usuarios en línea, los medios tradicionales consolidan, al igual que los actores políticos, un papel de autoridad en el espacio virtual (Calvo & Aruguete, 2020), por lo tanto, los medios juegan un papel importante, aunque no determinante, en la exacerbación de la polarización en línea. Amplifican las narrativas políticas que son compartidas masivamente por los usuarios dentro de sus propias comunidades en línea. Como afirma Waisbord: “los medios polarizantes son atractivos para políticos interesados en ganar el favoritismo de sus bases electorales y descollar sobre rivales de fuerzas políticas contrarias” (2020, pág. 273). Los políticos se apropian de los discursos informativos que luego incorporan en sus propios discursos, sobre todo de aquellos medios que comulgan en alguna medida con sus posturas políticas (Slimovich, 2016).

En resumen, consideramos que en el mapa que estructura la polarización digital, los medios juegan un papel más modesto en comparación con los actores políticos que organizan el conflicto político en la red. No obstante, en un mundo de consumidores de noticias polarizado, las personas deberían preferir la exposición a medios de comunicación que refuerce sus preferencias políticas. Bajo los argumentos expuestos se indaga empíricamente por la propensión de los medios tradicionales a satisfacer las dietas informativas de los públicos segmentados y ávidos de información que confirme sus creencias previas.



En conclusión, este capítulo propone el marco teórico y las hipótesis que se busca poner a prueba para el caso colombiano. Sobre la base de ciertos supuestos, se espera encontrar evidencia empírica sobre las relaciones entre la polarización y los mecanismos individuales y estructurales que le dan forma en la red. Como la comunicación en línea es flexible y varía en función de los temas de discusión, en primer lugar, se espera que las redes polarizadas exhiban niveles agregados de cohesión ideológica debido a que la ciudadanía tiende a interactuar con actores políticos y mediáticos con los que comparten una identificación ideológica fuerte.

En segundo lugar, también se busca conocer si la fuerza de los lazos débiles tiene un efecto importante en la moderación política y, por ende, en la formación de redes no polarizadas. Finalmente, esta investigación cuestiona el papel de los medios de comunicación en escenarios de polarización, indagando si los medios producen contenidos para públicos segmentados ideológicamente o producen noticias para públicos diversos. Pero antes de entrar en esta cuestión fundamental de la tesis, es menester situar al lector en el contexto socio-histórico de la investigación (Urman, 2020), pues “la polarización necesita verse en un enfoque político-comunicacional dentro del contexto histórico” (Waisbord, 2020, pág. 268).

### **CAPÍTULO 3**

#### **Panorama de la polarización política en Colombia**

En los capítulos anteriores se abordó el tema de la polarización política en la red como un problema que combina tanto factores comunicacionales como políticos. Mediante la construcción de discursos polarizantes, su canalización a través de la cobertura mediática y el uso efectivo de los medios digitales, es probable que las élites políticas estén induciendo la polarización a la ciudadanía. En este capítulo, meramente descriptivo, se ofrece una contextualización histórica de la dinámica de la polarización en Colombia, centrando el esfuerzo en comprender este fenómeno a la luz de los cambios del sistema político colombiano en las últimas décadas.

Los aspectos conceptuales presentados en los capítulos anteriores nos servirán de coordenadas para el análisis de la polarización política para el caso colombiano. En Colombia, la política cotidiana de las últimas décadas se ha definido por una confrontación entre las élites que a su vez ha generado un clima de polarización entre la ciudadanía. El Acuerdo de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos (2010-2018) y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) en 2016, por ejemplo, produjo una ruptura en el interior de la élite gobernante que dividió a la sociedad en dos bandos opuestos. Por una parte, los que respaldaban el proceso de negociación se congregaron alrededor de la figura de Juan Manuel Santos (santismo), mientras que los que se opusieron lo hicieron alrededor de Álvaro Uribe Vélez (uribismo), el principal opositor del proceso de paz.

El capítulo también ubica una segunda fase de la polarización que tiene que ver de manera amplia con las narrativas asociadas a dos modelos de sociedades diametralmente opuesta y que pueden claramente ubicarse en los extremos del espectro ideológico. Por una parte, el uribismo que defiende la libre empresa y, por la otra, el petrismo, una expresión política que ha agarrado fuerza a partir de las elecciones presidenciales de 2018, que defiende un modelo de sociedad más equitativo.

Históricamente, la polarización en Colombia se articuló alrededor de los dos partidos tradicionales, Conservador y Liberal, lo cual generó no solo una confrontación en el plano discursivo e ideológico, sino que también llevó a que el país se convirtiera en uno de los más violentos del continente. La elección de Álvaro Uribe en 2002, rompió definitivamente con la hegemonía bipartidista, inaugurando un nuevo ciclo de la política colombiana. Desde

entonces, es prácticamente imposible realizar cualquier análisis del contexto colombiano de las dos últimas décadas sin ubicar el rol de una figura como la de Uribe que gobernó el país durante dos periodos consecutivos (2002-2010).

El uribismo es la afirmación de la extrema derecha que se opone a cualquier proceso que vaya en contra del modelo neoliberal que implementó su máximo líder durante sus gobiernos. Fue la principal fuerza política en contra del Acuerdo e impulsor de la campaña por el “No” en el plebiscito. Los eventos de la segunda década del siglo XXI han generado una radicalización del discurso por parte de esta facción de derecha, la cual ha encontrado amplia difusión mediática y resultados positivos como la victoria del “No” y la elección de Iván Duque en 2018.

En este capítulo se muestra que estas diferencias políticas se han acentuado con la entrada a la arena política de nuevos líderes cuyas narrativas y plataformas políticas se oponen radicalmente y permean el debate público actual en redes sociales. Finalmente, este capítulo también describe los tres casos de estudios (Acuerdo de paz, despenalización del aborto y el caso Uribe) con los que se busca indagar si el comportamiento de los usuarios de Twitter en Colombia se encuentra polarizado o no a lo largo de líneas partidistas, afectivas y sociales.

### **3.1 La polarización política en Colombia: un panorama general**

Los cambios en el sistema político colombiano de las últimas décadas profundizaron la democracia, hoy la ciudadanía cuenta con un abanico de opciones políticas que cubre todo el espectro ideológico. Algunos académicos sostienen que este ha sido el resultado de un proceso de diversificación política que inició con la apertura del sistema a finales del siglo XX (Borda, 2018).

En las elecciones presidenciales de 2002 a 2018 se han presentado una gama amplia de candidatos en representación de partidos y movimientos diversos, así como algunos otros de manera independiente, algo que contrasta con el panorama electoral de las décadas de 1980 y 1990 cuando los partidos hegemónicos, Liberal y Conservador, competían entre sí por los cargos de elección popular. Sin embargo, las transformaciones en las reglas del juego democrático también produjeron efectos contraintuitivos, al buscar estimular la participación ciudadana, terminaron debilitando el sistema de partidos (Vargas Velázquez, 2011). Lo que

ocasionó que, a largo plazo, los partidos tradicionales experimentaran cierta erosión electoral y enfrentaran nuevos desafíos (Albarracín y otros, 2018).

La primera gran transformación de fondo comenzó con la Constitución de 1991. La nueva carta política abrió el sistema a la competencia partidista, lo que permitió que nuevos actores políticos entraran a la arena política a competirle a los partidos tradicionales los puestos de elección popular que durante el último siglo ocuparon de manera alternada. Hasta 1991 Colombia tenía uno de los sistemas bipartidistas más sólidos de la región.

Los dos partidos tradicionales se distinguían por sus proyectos ideológicos. Los conservadores apoyaban una administración centralizada, el proteccionismo económico y la participación de la Iglesia Católica en los asuntos estatales. Los liberales apoyaban el federalismo, la política de libre comercio y se oponían a la participación de la Iglesia en asuntos del Estado (Albarracín y otros, 2018). Estas diferencias programáticas, que se desdibujarían posteriormente, definieron por más de 100 años las identidades políticas nacionales. En los asuntos políticos, la sociedad colombiana se identificaba como liberal (rojo) o conservadora (azul) (Gutiérrez, 2007).

Las diferencias programáticas indujeron una fuerte polarización que desencadenó, a lo largo de casi todo el siglo XX, guerras civiles entre los simpatizantes de ambos partidos, generando profundos vínculos y a la vez antipatías partidistas (Albarracín y otros, 2018). Con el tiempo la línea ideológica que separaba a ambos partidos se fue borrando, la necesidad de parar la violencia interpartidista llevo a ambas organizaciones a entablar un acuerdo para promover el poder compartido.

El Frente Nacional (1958-1974), como se conoce este periodo de la historia colombiana, detuvo la violencia, pero excluyó al resto de movimientos y organizaciones de una participación política significativa. La naturaleza restringida de la democracia colombiana de este periodo proporcionó un escenario para el surgimiento de movimientos revolucionarios como las FARC, entre otros, en la década de 1960, y con ello inauguró una nueva fase en la historia política moderna que se cerraría con la firma del Acuerdo de paz en 2016.

Pero antes de llegar a ese momento crucial hubo a lo largo de las décadas de 1980 y 1990 muchos intentos de negociación con los movimientos guerrilleros. El primero en 1984 entre el entonces gobierno de Belisario Betancur (1982-1986) y las FARC, del cual nacería

el partido Unión Patriótica como un intento del grupo guerrillero de hacer política sin armas. Empero, el exterminio sistemático de muchos de los líderes del partido en manos del paramilitarismo obligó a las FARC a continuar con la lucha armada.

El segundo intento de negociación tuvo lugar en 1990 con el Movimiento 19 de Abril y el gobierno del entonces presidente Virgilio Barco (1986-1990). La firma de este acuerdo permitió que muchos guerrilleros se integraran a la sociedad civil, entre los que sobresaldría el actual presidente Gustavo Petro (2022-2026), militante de esa organización guerrillera.

Por último, el proceso de negociación del Caguán entre el gobierno de Andrés Pastrana (1998-2002) y las FARC en 1998, y que al igual que el primero también fracasó, abrió un nuevo ciclo de la política colombiana. Este ciclo se caracterizaría por la materialización de la política de mano dura contra las FARC, liderado por Uribe Vélez. Es en este contexto que Uribe llega a la presidencia, supo capitalizar el descontento nacional por el fracaso de los diálogos de paz (Rodríguez, 2014). La elección de Álvaro Uribe en 2002, un político disidente del liberalismo, constituyó el mayor punto de quiebre para el bipartidismo colombiano, desde entonces ninguno de los dos partidos tradicionales ha vuelto a ganar la presidencia. La mala gestión de la situación de seguridad por parte de los partidos tradicionales durante la última década del siglo XX fomentó un cambio profundo en la competencia por la presidencia.

Para algunos académicos, los cambios del sistema configuraron una dinámica política con partidos que tienen un mayor contenido ideológico y proyectos de sociedad diferenciados con alineamientos en el espectro izquierda-derecha (Duque, 2019). Para otros, se trata de un multipartidismo “difuso”, caracterizado por altos niveles de fragmentación y dificultades serias para institucionalizarse (Duque, 2020; Pizarro, 2021; García Sánchez, 2017; Gutiérrez, 2007). Este punto ha bifurcado el análisis político en torno a dos argumentos. El primero señala que, con los cambios de las últimas décadas, el escenario político colombiano tiende hacia la pluralización de la oferta política. El segundo sugiere que una profunda polarización se está arraigando a partir de un fenómeno conocido como personalismo político.

En lo que respecta al primer argumento, la tesis central señala que Colombia es un sistema multipartidista, lo que hace difícil hablar de polarización (Basset, 2020). Inclusive, otros expertos que no niega la posible existencia de una polarización política, explican que la profunda crisis de los partidos políticos hace que la polarización no pase necesariamente

por su actividad como partido (Borda, 2018), sino a través del personalismo político facilitado por redes sociales como Twitter. En las elecciones de 2018, 11 candidatos se presentaron a la contienda con el respaldo de firmas y tan solo dos lo hicieron con el respaldo de su partido. De manera que, afirma la autora, “si hay polarización, es posible que se trate de una división político-ideológica que no necesariamente se traslape con la cada vez más borrosa y poco significativa división entre partidos políticos”. (pág. 2).

En lo que concierne al segundo argumento, la literatura sostiene que es posible que el multipartidismo difuso que caracteriza al sistema político colombiano y la aguda polarización que observamos no sean necesariamente incompatibles (Pizarro, 2021). En efecto, el autor trae a colación el caso peruano donde la fragmentación del sistema de partido y la polarización se refuerzan entre sí y alimentan la situación de ingobernabilidad que vive el Perú. 18 candidatos se presentaron a las elecciones presidenciales y quienes pasaron a la segunda vuelta, Pedro Castillo y Keiko Fujimori, en representación de los extremos del espectro ideológico, solo obtuvieron el 19% y el 13% de los votos totales.

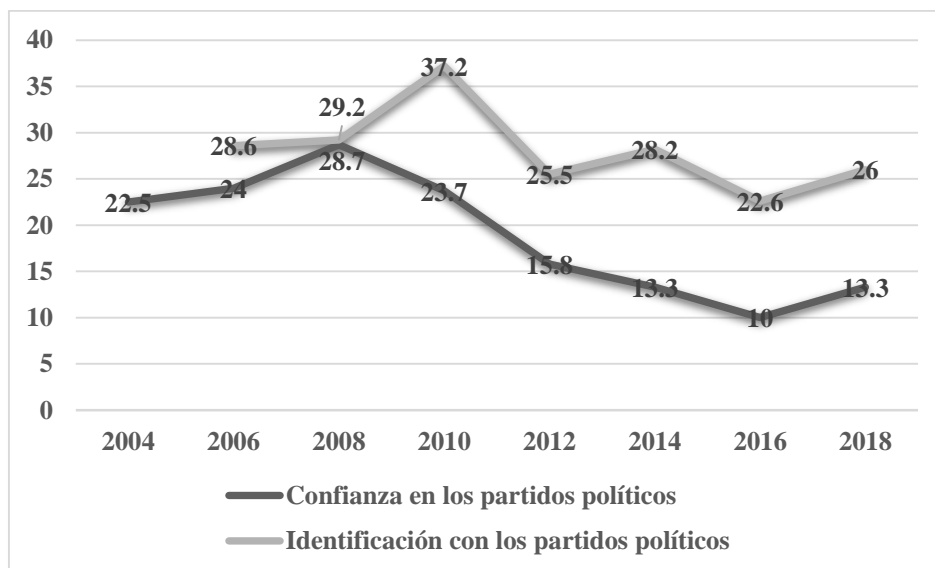
Para esta segunda corriente de investigación, la polarización que se observa en muchos países de la región tiene poco que ver con el aspecto institucional de los sistemas de partido, bipartidismo, multipartidismo, y mucho con la creciente personalización de la política. Si estos liderazgos se ubican en los extremos del espectro ideológico se acrecientan los riesgos de una fractura nacional (Pizarro, 2021). Bolsonaro y Lula da Silva en Brasil, Macris y los Kirchner en la Argentina y más recientemente Álvaro Uribe y Gustavo Petro en Colombia.

Desde esta perspectiva, la alta personalización de la política está relacionada con el distanciamiento creciente entre los ciudadanos y los partidos políticos, expresión de la desafección ciudadana con las instituciones democráticas. En Colombia la relación de la ciudadanía con los partidos políticos pasa por uno de los momentos más críticos de los últimos años. La evolución de los indicadores de confianza muestra una tendencia a la baja. El desplome de la confianza entre 2004 y 2018 ha sido dramático, hemos pasado de un 22.5% a 13.3%, respectivamente (Figura 2).

En realidad, como indica la gráfica de la Figura 2, la poca credibilidad en estas organizaciones nunca ha superado el umbral del 30 por ciento, lo que lleva a sugerir que se trata de una situación que supera lo coyuntural. García Sánchez sostiene que la distancia entre

ciudadanía y partidos políticos se relaciona con el debilitamiento de los partidos tradicionales, Liberal y Conservador, y con el surgimiento de nuevos partidos poco institucionalizados y volátiles (2017, pág. 101).

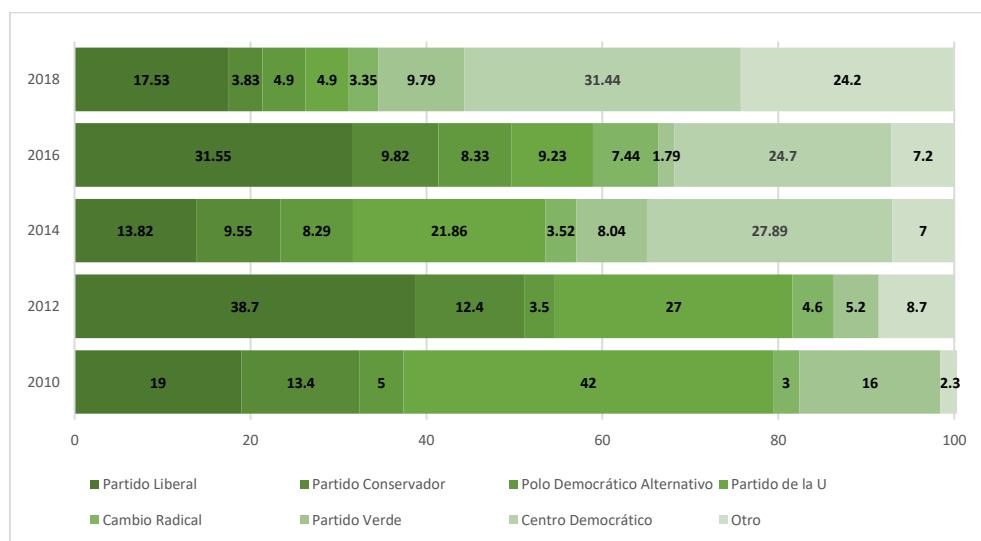
Figura 2. Confianza e identificación en los partidos políticos, 2004-2018



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Opinión Pública para América Latina (LAPOP).

La literatura sugiere que hay una relación inversamente proporcional entre institucionalización partidista y personalización de la política. Entre más consolidados están los partidos, la política gira menos en torno a las personalidades. Por el contrario, cuando los partidos son débiles la estructuración de los procesos electorales tiende a ser modelada por personalidades políticas (Duque, 2020). En este contexto, las personalidades políticas tienen una particular relevancia en la definición del debate público. En Colombia el porcentaje de ciudadanos que se identifica con un partido político es cada vez menor. Según estudios basados en datos observacionales, en Colombia las lealtades hacia los partidos son volátiles y se ven afectadas por la coyuntura política, particularmente las electorales (García Sánchez, 2017).

Figura 3. Distribución de las identidades partidistas, 2010-2018



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Opinión Pública para América Latina (LAPOP).

Como muestra la gráfica de la Figura 3, de los dos partidos tradicionales, Liberal y Conservador, el primero es el que ha experimentado niveles altos de fluctuaciones. Entre 2010 y 2018 las lealtades hacia este partido se han movido entre el 19% y el 17.5%. Respecto al segundo, los simpatizantes de esta colectividad se han ido reduciendo al pasar de un 13.4% en 2010 a un 3.8% en 2018. Siendo este último el que ha llegado al número más bajo de simpatizantes.

De los partidos surgidos en la primera década de este siglo, llama la atención el Partido de la U el cual muestra para 2010 niveles altos de simpatizantes (42%), pero con los años esta cifra ha venido disminuyendo dramáticamente hasta alcanzar en 2018 solo un 4.9%. Dos hechos importantes podrían ilustrar este resultado. El primero, y que podría ayudar a contextualizar el porqué del alto número de simpatizantes, es la candidatura de Juan Manuel Santos en 2010 por este partido, el cual para ese entonces aglutinaba un sector importante de la clase política del país que acompañaba el proyecto político del expresidente Álvaro Uribe Vélez. El segundo, y que podría relacionarse con la pérdida de las lealtades hacia este partido, tiene que ver con las negociaciones del Acuerdo de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos y las FARC en 2012, que dividió la coalición de gobierno.

De las diferencias en torno al Acuerdo entre el urbismo y el santismo, surge el Centro Democrático (CD), partido fundado en 2013 por el expresidente Uribe. Es uno de los partidos



políticos que se articula alrededor de Uribe, lo cual podría explicar cómo el liderazgo carismático de un individuo es capaz de blindar al partido de las fluctuaciones que se desprenden de las coyunturas electorales (García Sánchez, 2017). En su primer año de vida pública (2014), cerca de un 28% de los encuestados se identificaba con esta colectividad, la cual ha ido creciendo paulatinamente hasta llegar en 2018 a un 31.4%.

Finamente, aparecen los casos del Polo Democrático Alternativo y el Partido Verde. El primero, aglutina los sectores de izquierda y desde su formación en 2005 ha mantenido niveles muy bajo de simpatizantes, que no superan el 10%. El segundo, es un partido más joven, surgido en 2010 también ha contado con un número de simpatizantes muy reducido. Ese mismo año alcanzó el porcentaje más alto de identificación partidista, cifra que se ha venido reduciendo hasta alcanzar en 2018 el 9.79%.

Un partido político que no figura en los datos es el de Colombia Humana, una colectividad fundada por Gustavo Petro recientemente y con la cual obtuvo la presidencia. Aunque no existen datos para calcular el porcentaje de simpatizantes de este partido, los resultados obtenidos en las elecciones al congreso y a la presidencia podrían dar indicios de cuan hondo calaron sus ideas en un sector amplio de la sociedad, particularmente proveniente de las clases populares del país. Más del 40% de los electores votaron por Petro en primera vuelta en 2022 y obtuvo 20 curules en Senado y 28 en Cámara de representantes.

Históricamente, los partidos tradicionales fueron los ejes articuladores de la política colombiana, sin embargo, con la transformación de las estructuras partidistas, los partidos tradicionales perdieron mucho del significado que tenían para la ciudadanía. Por otro lado, los partidos que nacieron tras las reformas estructurales “han replicado la ambigüedad ideológica del bipartidismo lo que crea problemas para institucionalizar una relación significativa con la ciudadanía” (García Sánchez, 2017, pág. 102).

Actualmente, los colombianos construyen sus identidades partidistas en función de individuos y no de proyectos políticos de larga duración (García Sánchez, 2017). El caso del partido Centro Democrático, fundado bajo el carisma de Álvaro Uribe Vélez y de la Colombia Humana de Gustavo Petro parecen reforzar este argumento. La personalización de la política, comenzó a gestarse desde la elección de Uribe en 2002. A partir de ese momento, la opinión pública colombiana, según García Sánchez, se empezó a descifrar en función de una división no partidista que se manifestó en dos campos políticos, uribistas y anti uribistas.

Durante la firma del Acuerdo de paz (2012-2016) se articuló alrededor de dos campos, Uribe-Santos y actualmente, la polarización pasa por el eje Uribe-Petro. Para el mismo García Sánchez, la articulación de la opinión pública en función de una disputa entre personalidades políticas hace que la ciudadanía forme opiniones más diferenciadas en relación a los temas que hacen parte de la agenda de discusión nacional. En concreto, señala que, “cuando las opiniones de las personas se guían primordialmente por los relatos de sus líderes aumenta la posibilidad de que las opiniones de los ciudadanos sean manipuladas a partir de las narrativas que construyen sus líderes” (pág. 106). La campaña del No es un claro ejemplo de cómo la confianza ciega en Uribe Vélez, condujo a miles de colombianos a formar sus opiniones en relación al Acuerdo de paz.

En síntesis, la crisis del bipartidismo creó incentivos fuertes para que los nuevos actores políticos que empezaban a aparecer apelaran con consignas antitradicionales a estos nichos de electores en busca de nuevas opciones (Gutiérrez, 2007). El primero en aprovechar este caudal electoral fue Uribe, quien con un discurso de mano dura contra la guerrilla pudo recoger el descontento social que produjo el fracaso de los diálogos del Caguán. En este ambiente de distanciamiento entre los ciudadanos y los partidos tradicionales creció el liderazgo personalista de Álvaro Uribe (Pizarro, 2021). La desinstitucionalización de los partidos tradicionales disminuyó la capacidad de las élites tradicionales de movilizar votos (Gamboa, 2019).

Estos liderazgos, provenientes tanto de la derecha como de la izquierda, configuraron una nueva dinámica de polarización política en Colombia. En el nuevo entorno mediado por algoritmos, estos liderazgos se han consolidado aún más puesto que ahí han encontrado un canal de comunicación directo con sus bases. Un hecho que estaría facilitando que la ciudadanía, al menos, la que habita en estos escenarios, forme cada vez más sus opiniones en relación con estas figuras políticas. Un vínculo que podría estar dinamizando la polarización en Colombia.

En los siguientes apartados se revisan algunos temas en los cuales estos actores jugaron un papel central, activando a nivel de la ciudadanía la polarización. En primer lugar, aparece el proceso de paz que dividió a gran parte de la sociedad colombiana alrededor de las figuras de Juan Manuel Santos y Álvaro Uribe. En segundo lugar, las elecciones de 2018 evidenciaron una nueva fase del fenómeno, por primera vez en su historia moderna, la

competencia política en Colombia se organizaba en función de dos grandes bloques programáticamente alineados según el eje izquierda-derecha, en la que los dos candidatos que pasaron a la segunda vuelta, Iván Duque y Gustavo Petro, representaron los extremos del espectro ideológico.

### **3.2 El Acuerdo de paz como un nuevo eje de polarización política**

Se comienza ubicando este episodio de la polarización política contemporánea en los años del Acuerdo de paz firmado entre el gobierno de Juan Manuel Santos y la guerrilla de las FARC. Paradójicamente, las negociaciones que llevaron a la terminación del conflicto armado también generaron una profunda escisión en la cúpula de la élite gobernante, que terminó disolviendo la alianza Uribe-Santos.

Santos fue elegido presidente en 2010 con el aval del expresidente Álvaro Uribe Vélez con la promesa de continuar con la política de Seguridad Democrática (SD) que éste había implementado durante sus dos periodos de gobierno (2002-2010). La SD tenía como objetivo principal el control del territorio nacional a través de la lucha frontal contra los grupos armados. El éxito de la SD mejoró la percepción de seguridad entre los colombianos y con él la popularidad de Uribe durante sus dos gobiernos (Cardona & Londoño, 2018). Por ser el elegido de Uribe, se esperaba que Santos (ministro de Defensa durante su segundo mandato) continuara con un enfoque de mano dura hacia las FARC.

Sin embargo, una vez posesionado en el cargo, tomó la decisión de cambiar la estrategia política respecto al manejo del conflicto con las FARC. La decisión generó una profunda molestia en su propia coalición de gobierno que terminó dividiendo a la derecha en una facción propaz y una facción antipaz (Gamboa, 2019). Desde entonces, Uribe encabezó una oposición frontal al gobierno Santos y a las negociaciones de paz. Para éste la aprobación del Acuerdo significaba la entrega del país a la guerrilla de las FARC y con ello la implementación del modelo castrochavista, por lo que consideraba que un acuerdo de paz con esta guerrilla era innecesario en cuanto la SD había debilitado a las FARC. Así las cosas, una negociación con el grupo armado debía acordar únicamente los términos de su rendición.

Si bien es cierto que durante su gobierno el poder militar de las FARC había sido socavado, Uribe nunca logró la victoria total, las FARC estaban debilitadas, pero no derrotadas (Nasi & Rettberg, 2019). Ante el cansancio de la guerra, el gobierno de Juan

Manuel Santos estaba abierto a explorar otras alternativas para la terminación del conflicto (Cardona & Londoño, 2018). En ese sentido, Santos, a diferencia de su antecesor, apostó por una salida negociada, dejando de lado la política de la confrontación militar. Fueron estas posiciones divergentes respecto a la forma de abordar la solución del conflicto armado las que produjeron una ruptura en el interior mismo del bloque político que sirvió de base a los dos gobiernos de Uribe Vélez (García Duarte, 2018).

La ruptura dentro del bloque dominante de la élite se intensificó en el plano del discurso ideológico con efectos inmediatos de división en la ciudadanía. En efecto, la intensidad de la confrontación desató una oposición radical de derecha por parte del expresidente Uribe y su círculo más cercano (Duque, 2019). La cual fue vehiculizada a través de su partido político, el Centro Democrático (CD), que marcaría definitivamente el distanciamiento entre los dos líderes (Gamboa, 2019). El CD surge entonces como un partido opositor a la coalición gubernamental de turno y con él Uribe deja en firme su intención de entrar a competir con una nueva fuerza política en las elecciones de 2014 (Losada & Liendo, 2016).

En resumen, el CD se convirtió en la organización líder de la coalición contra el proceso de paz, que aglutinó a la facción antipaz alrededor de la figura de Uribe (Gamboa, 2019). La creciente fractura entre la élite política en torno al Acuerdo se materializó en la polarización alrededor de las figuras de ambos líderes, generando una fuerte disputa entre el santismo y el uribismo (Rodríguez-Raga, 2017). El proceso de paz que buscaba cohesionar la sociedad colombiana alrededor de un objetivo común, la paz, terminó por dividirla profundamente (Borda, 2018).

El argumento central sugiere que las negociaciones con las FARC fortalecieron al uribismo y, por consiguiente, desataron una polarización asimétrica basada en una radicalización de este sector de la derecha colombiana (Gutierrez, 2017). La tensión entre el uribismo y el santismo se extendió a la sociedad en general y fue el origen de una fuerte polarización a nivel de la ciudadanía (Rodríguez-Raga, 2017). Sin embargo, respecto a la polarización en torno al tema de la paz, los analistas afirman que, la polarización de Colombia difiere del patrón de populismo polarizador que surgió en América Latina en la década de los 2000 (Feldmann, 2019).

Existe un consenso de que las raíces de la polarización política contemporánea en Colombia en torno a las negociaciones es en parte el resultado de divisiones a nivel de las élites (Matanock & García-Sánchez, 2017; Feldmann, 2019; Garbiras-Díaz y otros, 2021). Un fenómeno impulsado por dos formas diametralmente opuesta de abordar el conflicto armado, pero sobre todo por una división en la cúpula de la élite política del país que devino en una polarización política que penetró en el corazón de la misma sociedad (Duque, 2019).

Estos estudios sugieren que en contextos donde existen divisiones de élite los mecanismos de refrendación pueden amplificar las divisiones en lugar de proporcionar legitimidad adicional y fortalecer el proceso (Matanock & García-Sánchez, 2017). En las sociedades que tienden a estar políticamente divididas en facciones, la ciudadanía usa las señales de las élites políticas con las que tienen afinidad para formar su opinión y tomar decisiones políticas (Garbiras-Díaz y otros, 2021).

La evidencia observacional que aportan estos trabajos sugiere que el apoyo al Acuerdo disminuyó con la división Uribe-Santos. Matanock y García-Sánchez (2017) argumentan que puede ser más fácil movilizar a los votantes en contra de un acuerdo cuando los componentes pueden enmarcarse como concesiones ofrecidas a los insurgentes. Entre algunos puntos del Acuerdo que constituyeron el foco de ataque por parte de la facción antipaz sobresalen la participación política de las FARC y la impunidad por los delitos cometidos en el marco del conflicto.

Como parte de lo pactado, los excombatientes serían juzgados por un sistema de justicia transicional y no por la justicia ordinaria. Además, tendrían el derecho de tener representatividad política mediante diez curules parlamentarias, cinco en el Senado y cinco en la Cámara de representantes por un periodo de ocho años (2018-2026). Para los antipaz, estas concesiones fueron enmarcadas en una lógica de excesivas garantías para los exguerrilleros por parte del gobierno Santos. Pues, nada justificaba la participación política de las FARC ni tampoco la eximición de sus penas luego de más de medio siglo de conflicto armado.

Estas diferencias estuvieron en el centro del debate y se propagó a través de mensajes que provenían de figuras públicas que representaban las facciones políticas en conflicto. Las posturas claramente delineadas por ambos sectores constituyeron para los electores señales cruciales para entender la dinámica del proceso de paz, como se señaló en el capítulo 1

cuando las élites están polarizadas las decisiones de los votantes se vuelven más consistente con su partidismo.

Sin embargo, es importante señalar que el primer escenario en el cual se sintieron fuertemente estas divisiones de élite no fue en el del plebiscito de 2016, sino en el de las elecciones presidenciales de 2014. Estas elecciones se caracterizaron por una confrontación radical en relación con los diálogos de paz (Losada & Liendo, 2016) y la contienda electoral parecía vaticinar los resultados del plebiscito. La continuidad de las negociaciones de paz iba a depender de esa elección, para la cual el objetivo del CD era derrotar a Santos, recapturar el poder y frenar el proceso de paz. Para Santos la reelección significaba el avance de las negociaciones, que requerían de un segundo mandato para llegar a un acuerdo final.

Los resultados electorales en primera vuelta fueron desalentadores para la campaña de reelección de Santos, quien perdió por un estrecho margen frente a Óscar Iván Zuluaga, candidato del CD. Santos se presentó a sí mismo como el candidato de la paz, mientras que Zuluaga por otro lado, prometía detener y reiniciar las conversaciones de paz una vez que las FARC se hubiesen comprometido a un cese del fuego unilateral y acordaran pagar sus crímenes con cárcel y renunciaran a cualquier intento de participación política (Pechenkina & Gamboa, 2019).

Finalmente, Santos derrotó en segunda vuelta a Zuluaga con un 51% de los votos contra 45%. Para algunos analistas la elección de Santos fue un espaldarazo al proceso de paz (González, 2017), mientras que para otros fue el resultado de las maquinarias clientelares de las diferentes regiones del país a las que acudió el presidente en busca de apoyo electoral para la segunda vuelta. En resumen, “las presidenciales de 2014 fueron un campanazo de alarma sobre los límites del discurso de paz” (Basset, 2018a, pág. 248), que prácticamente pasó inadvertido para la facción propaz y cuyos resultados se sentirían fuertemente en la derrota del “Si” en el plebiscito.

Como se esperaba, la reelección de Santos garantizó la continuación de los diálogos de paz, cuyo acuerdo final se firmó el 26 de septiembre de 2016 en la ciudad de Cartagena y se refrendó el 2 de octubre de ese mismo año. Por otra parte, la reelección no disminuyó la intensidad de la confrontación ideológica por parte del uribismo, el CD desarrolló una estrategia mucho más agresiva y radicalizada contra el segundo gobierno de Santos y que se prolongaría hasta las elecciones presidenciales de 2018.

Desde el momento en que iniciaron los diálogos, Santos prometió que sería la sociedad colombiana la que refrendaría lo pactado con las FARC, con ello buscaba darle mayor legitimidad al Acuerdo. No obstante, los inesperados resultados dejaron en evidencia las múltiples formas en que la sociedad colombiana se dividió en torno al tema de la paz. El 50,2% de los votantes rechazó el Acuerdo, mientras que solo un 49,8% lo aprobó. El bajo nivel de participación (38%) sugiere sistemáticamente que a la mayoría de los colombianos no les importó o no entendió bien lo que estaba en juego (Nasi & Rettberg, 2019).

Otros sugieren que la clave de los resultados está en el desarrollo de las campañas de las dos facciones. La campaña por el “No” fue liderada por el expresidente Uribe y su círculo cercano, mientras la campaña que buscaba la aprobación fue liderada por Santos y la facción propaz. La primera muy intensa, la segunda muy tímida. Esta consideración ha sido la base del argumento que sostiene que el fracaso del plebiscito radicó en la incapacidad del gobierno para proporcionar una pedagogía de paz apropiada (Nasi & Rettberg, 2019).

Sin embargo, este razonamiento no agota las interpretaciones del plebiscito, otros estudios destacan el uso instrumental que los actores políticos hicieron del miedo para influir en la decisión de los electores. Ambas campañas agitaron miedos frente a dos escenarios posibles: 1) para los defensores del Sí, la no aprobación del Acuerdo de paz significaría la vuelta a la guerra; 2) para los promotores del No, la aprobación del Acuerdo representaría la adopción del llamado modelo castrochavista (Cardona & Londoño, 2018).

Al igual que el referéndum por el *Brexit* en Reino Unido y la elección de Trump en EE.UU. en 2016, el plebiscito por la paz también ha sido situado en el contexto de la política de la posverdad. Un estudio basado en análisis estadístico de texto muestra que los que más avanzaron por este camino fueron los promotores del No, quienes centraron en mayor medida su mensaje en el campo semántico del miedo, la guerra y la amenaza del comunismo, (González, 2017).

En entrevista con el diario colombiano *La República*, Luis Carlos Vélez, gerente de la campaña del No, habló del éxito de la campaña y de la estrategia implementada. Según la explicación del mismo Vélez, la estrategia consistió en centrar el mensaje en la indignación, en las emociones negativas, en lugar de centrarse en explicar el Acuerdo (La República, 2016). Las declaraciones de Vélez demostraron en parte que con argumentos eficaces, pero

inverosímiles es probable que los promotores del No inclinaran la balanza hacia el rechazo (González, 2017).

Después de discutir con la oposición sus objeciones, el gobierno Santos y las FARC anunciaron un nuevo acuerdo donde incluían modificaciones que reflejaban algunos puntos destacados por la oposición. Finalmente, el nuevo Acuerdo fue aprobado por el Congreso a finales de 2016. Sin embargo, la oposición se mantuvo insatisfecha con el nuevo acuerdo y acusó al gobierno de traicionar la voluntad popular y los principios democráticos (Matanock & García-Sánchez, 2017).

En definitiva, los resultados del plebiscito reflejaron la dificultad del gobierno Santos para generar en la opinión pública un sentimiento mayoritario de esperanza en torno a la propuesta de paz negociada y contrarrestar los efectos simbólicos de un discurso que tuvo como emisor un líder carismático que durante ocho años ondeó la bandera de la confrontación armada como eje central de su gobierno en la lucha contra la guerrilla (Cardona & Londoño, 2018).

Durante este periodo de confrontación hubo más continuidad que ruptura. Se mantuvo cierta uniformidad ideológica entre ambos gobiernos, Uribe y Santos, a pesar de las diferencias sobre la terminación del conflicto armado. Como señala Rodríguez (2014), como miembro de la derecha Santos mantuvo el sentido conservador del *Status quo*, su gran logro fue haber puesto paños fríos a la guerra, sin moverse un grado de la burbuja neoliberal. En materia económica, el gobierno Santos continuó desarrollando las políticas de su predecesor, por lo que no fue una disputa que se distinguiera por proyectos ideológicos diferenciados (Rodríguez, 2014).

A pesar de que no se impuso el modelo castrochavista con el que el uribismo movilizó a un sector de la sociedad colombiana ni tampoco el regreso a la guerra como lo promovió el santismo si ganaba el No, el fantasma del castrochavismo fue agitado con más fuerza en las elecciones presidenciales de 2018 (Cardona & Londoño, 2018). En este otro escenario, el objetivo de la campaña no sería la guerrilla de las FARC, sino el candidato izquierdista Gustavo Petro, quien emergía como la segunda fuerza política más importante del país y cuyas propuestas de campaña serían asociadas con el llamado Socialismo del Siglo XXI.

Con las elecciones de 2018 a cuestas, el clima de polarización se arraigaría con más fuerza en la sociedad colombiana, aún alimentada por las diferencias en torno al Acuerdo, lo



cierto es que esta nueva etapa de crispación, a diferencia de la anterior, tendría como eje de disputa dos modelos de sociedad opuestos anclados en los extremos del espectro ideológico. Si la primera fase de la polarización política contemporánea en Colombia tiene sus raíces en gran parte en la división en el interior mismo de la élite política (Feldmann, 2019), la que iniciaba con la sociedad del posconflicto tendría enfrentados a líderes políticos ubicados en los extremos del espectro ideológico.

### **3.3 La polarización política después del plebiscito por la paz**

A la vez que el proceso de paz dividía la élite política colombiana y, con ello, generaba una nueva brecha de polarización política en Colombia, también abría un espacio a la izquierda que le permitiría proponer políticas socioeconómicas progresistas sin ser tildados, por primera vez, de guerrilleros (Gamboa, 2019). Históricamente, la izquierda partidista había ocupado un lugar marginal en la política electoral, el supuesto señalamiento de tener vínculos con la izquierda armada deslegitimó cualquier intento de este sector político de llegar al poder. Dicha narrativa fue alimentada durante décadas por el conflicto interno entre el Estado colombiano y las FARC, lo que permitió que la política electoral se moviera con facilidad entre el centro y la derecha (Borda, 2018).

Al romper con el consenso centroderecha, el proceso de paz permitió que la contienda electoral de 2018 produjera, en primer lugar, una reorganización inédita del escenario político colombiano (Basset, 2018b) y, en segundo lugar, un ensanchamiento del continuo ideológico en el que se movía la discusión política en debates electorales pasados (Borda, 2018). No obstante, este proceso no impidió que las elecciones de 2018 arrastraran con el lastre de la polarización, en principio estructurada alrededor del Acuerdo de paz. La posibilidad latente de que la izquierda llegara al poder produjo una radicalización del discurso político por parte de los sectores de derecha alineados al uribismo, obligándolos a lidiar con temas nuevos y con disensos sustanciales a los que no habían estado acostumbrados en el pasado reciente (Borda, 2018).

Además de lo anterior, un hecho coyuntural que ayudó a catapultar a la izquierda partidista en el escenario político fue la retirada de la competencia electoral de Juan Manuel Santos y su partido político después de dos periodos consecutivos en el poder (2010-2018).

Al no presentar candidato propio la prolongación de la bipolaridad entre el santismo y el uribismo se agotó para la elección presidencial de 2018 (García Duarte, 2018). Este vacío fue ocupado por movimientos y partidos de izquierda y de centroizquierda que se proclamaban como defensores del Acuerdo.

En parte, esta reconfiguración del escenario político actual fue posible gracias al Acuerdo de paz que ofreció la oportunidad a otras expresiones políticas, particularmente de izquierda, para fomentar modelos de desarrollo distintos para el país y las regiones afectadas por el conflicto (Basset, 2018b). Estos nuevos actores que se posicionaban en el juego democrático rediseñaron el espacio ideológico, de suerte que, sin salirse del ámbito inaugurado por el tema de la paz, hicieron girar la polarización alrededor de un nuevo clivaje estructural, algo inédito en un país donde la disputa electoral siempre había sido entre los partidos de derecha.

Por primera vez, las plataformas políticas y las propuestas ideológicas de los sectores políticos se alejaban drásticamente la una de la otra, generando un desplazamiento de las actitudes políticas hacia polos opuestos. Rápidamente, este fenómeno abrió el camino para un realineamiento del electorado según el esquema izquierda/derecha que comenzaba a identificarse, por una parte, con el petrismo y, por la otra, con el uribismo.

La llegada de un candidato de izquierda, Gustavo Petro, con raigambre popular a la competencia electoral no solamente generó una demarcación entre dos campos ideológicamente opuestos, sino que también esta diferenciación ideológica fue poco a poco moldeando las opiniones del electorado colombiano. Los líderes carismáticos (Gustavo Petro por la izquierda y Álvaro Uribe, por la derecha) ayudaron a cristalizar posiciones en los extremos. En ese sentido, la politización temática comienza a corresponderse con el espectro izquierda-derecha, generando antipatía entre los simpatizantes por los candidatos que se hallan en uno u otro lado del espectro ideológico.

La idea de polarización que tomaba fuerza con esta nueva coyuntura electoral se caracterizó entonces por una radicalización discursiva que destacó las propuestas más extremas del uribismo como del izquierdismo naciente en torno a la figura de Gustavo Petro (Basset, 2018b). Esta segunda fase de la polarización se arraigó en el discurso descalificador y en la radicalización del lenguaje político entre ambos sectores, con descalificación

mediante adjetivos y acusaciones que degradaron la discusión pública y que encontró en las redes sociales un nuevo campo de expansión y resonancia (García Duarte, 2018).

La campaña del Centro Democrático, cuyo candidato era Iván Duque, se fundamentó en resaltar los peligros que representaría una eventual victoria del candidato de izquierda cuyo proyecto político se equiparaba con el modelo venezolano. Esta narrativa, que había alimentado la polarización en torno al Acuerdo, se convirtió en el caballito de batalla del uribismo para deslegitimar ante los ojos del votante las propuestas de Petro. La polarización emergente, caracterizada por la radicalización discursiva de ambas campañas, terminó desdibujando las posiciones más centristas, representadas en figuras como Sergio Fajardo (exalcalde de Medellín) y Humberto de la Calle (jefe negociador del Acuerdo con las FARC).

La estrategia de campaña llevada a cabo por el uribismo, la de identificar a Petro con el castrochavismo, se asocia, en parte, con el éxito de su candidato, quien ganó las elecciones presidenciales de 2018 en segunda vuelta, luego de una contienda reñida. Duque ganó con el 54% de los votos, superando a Petro por más de 13 puntos porcentuales, quien obtuvo un 41.8%. Este nuevo escenario sugiere que la polarización que caracterizó la coyuntura electoral no fue el producto artificial de la comunicación política de ambas campañas, sino más bien el resultado de dos proyectos políticos antagónicos que enfrentaban intereses sociales bastante bien definidos en el plano ideológico (Basset, 2018b).

Al igual que Uribe en 2002, Petro recoge el descontento social para traducirlo en victoria electoral. La gran diferencia es que el descontento actual no se fundamenta en la guerra, sino en la desigualdad social y económica que alcanzó sus niveles más altos durante la pandemia por Covid-19. La propuesta de Petro ha venido articulando un nuevo imaginario nacional popular, una agenda antiuribista que busca impugnar el modelo económico y social que ha regido a Colombia en las últimas décadas. La búsqueda incansable por materializar su proyecto político a través de los canales democráticos le ha valido la etiqueta de populista de izquierda. Según algunos expertos, Gustavo Petro representa en Colombia lo que en América Latina se ha denominado populismo de izquierda (Pizarro, 2021). Como líder populista, Petro moviliza a los sectores desfavorecidos y su discurso refleja la típica división propia del populismo basada en el “ellos” contra “nosotros”.

Algunos académicos afirman que el ascenso reciente del populismo explica la dinamización de la comunicación polarizante. Por ejemplo, Waisbord (2020) sostiene que la

combinación de liderazgos populistas con ecologías informativas, factibles de utilizarse para explotar divisiones y resentimientos, ayudan a entender la polarización. Además, agrega que las experiencias populistas de América Latina durante la primera década del siglo XXI sugieren que la polarización es un proceso esencialmente desde arriba, por parte de élites que aprovechan situaciones de crisis políticas, parálisis y descontento para identificar ejes diferenciables y ahondar divisiones.

Petro parece encarnar este tipo de discursos que recoge las demandas sociales con fines electorales y agudiza, en el proceso, la polarización política. La actual coyuntura política por la que atravesó el gobierno de Iván Duque, la crisis social debido a la pandemia y los estallidos sociales de 2019 y 2021 dejaron en evidencia el hartazgo social con la clase política tradicional y posicionaron a Petro como el candidato presidenciable con más opciones de ganar la presidencia de 2022.

Como lo evidencian los resultados electorales, haberse opuesto al Acuerdo de paz le dio réditos al uribismo y le permitió regresar al poder en 2018. Sin embargo, después de dos décadas de uribismo, comenzamos a presenciar la crisis política por la que atraviesa. El debilitamiento del liderazgo del propio Uribe a raíz de los diferentes procesos judiciales que enfrenta y el desgaste de la guerra tras la desaparición de las FARC como movimiento guerrillero impugnan el discurso de la seguridad que sirvió de eje a los gobiernos de Uribe y, consecuentemente, el agotamiento de la narrativa del miedo a la izquierda utilizada estratégicamente para movilizar votantes a su favor. Parece que este argumento está llegando al mínimo de su rendimiento marginal, ya no convence mayorías, ni mueve masas, pero sigue teniendo un efecto polarizante en la sociedad.

El uso de la retórica del miedo ante la llegada de Petro al poder penetró en las comunidades de los simpatizantes más intensos del uribismo. La conversación política alrededor del proceso electoral de 2022 siguió polarizada por las figuras de Uribe y Petro, a pesar de que el candidato del uribismo, Óscar Iván Zuluaga, anunciara su retirada de la contienda para apoyar al candidato de derecha que iba punteando en las encuestas, Federico Gutiérrez.

Para muchos analistas de la realidad nacional, Uribe se ha quedado en el aire con un discurso anticuado cuya obsesión presente es evitar que nos convirtamos en Venezuela, desconociendo que en la sociedad de la posguerra las prioridades nacionales giran en torno a

otros problemas (lucha contra la corrupción, sostenibilidad ambiental, animalismo, migración, defensa del agua, educación, calidad del aire, modelo económico, etc.). A pesar de que su discurso ya no genera el mismo entusiasmo de hace algunos años atrás, lo cierto es que el uribismo sigue siendo una fuerza política de peso en la sociedad colombiana arraigada culturalmente, su narrativa sobre el modelo de país confronta radicalmente con aquellas que se oponen a cualquier intento de cambio.

Las elecciones de 2022 reavivaron la dinámica de la confrontación entre este sector de la derecha, que se rehúsa a dejar el poder y las fuerzas políticas que se forman en el otro extremo del espectro ideológico en busca de participación política. La disputa de narrativas entre estos sectores ha calado hondo en la sociedad colombiana, gran parte de las discusiones políticas pasa por las plataformas de redes sociales donde los actores políticos consolidan unos públicos que actúan como diseminadores de sus narrativas. Estos nuevos espacios de enunciación no solo expresan la polarización política, sino que también inciden en ella.

Por lo general, la polarización se acentúa porque estos ciudadanos siguen las señales de las élites políticas y adoptan posturas similares a ellas en temas que concentran mayor atención. En el contexto actual es casi imposible comprender la dinámica de la política colombiana sin el alto grado de personalización que ha tenido en figuras como Uribe, Petro o Santos. Bajo la égida de estas personalidades, la polarización política se ha reconfigurado y se ha expresado en las dimensiones discursiva y retórica. Aunque con niveles agregados de odio, cuando la polarización pasa por redes sociales como Twitter forma comunidades de apoyo y oposición. Estos actores son el punto de partida para entender la polarización en las redes sociales en Colombia hoy.

Los casos que se estudian aquí (el caso Uribe, el Acuerdo de paz y despenalización del aborto) buscan identificar y mapear estas dinámicas en la red. En Twitter la polarización política tiende a expresarse en la interacción social y se manifiesta en conflictos políticos que reflejan las disputas entre sectores por los derechos reproductivos de las mujeres, la paz, la eutanasia, hasta en pleitos judiciales como el llamado caso Uribe. Creemos con Calvo (2015) que estos casos brindan una ventana privilegiada al uso político de las redes sociales y un mapa político que permite entender cómo se reorganizan las relaciones de poder en la sociedad.

Sin duda los casos analizados no agotan la realidad ni mucho menos el tema de la polarización que es profundo y precede las redes sociales, sin embargo, nos permiten entender cómo se insertan las redes en contextos de polarización y el papel que desempeñan en la lógica de la polarización. La interacción entre diferentes actores, partidos, medios, políticos, con la ciudadanía mediada por sus algoritmos permiten mapear el modo en que conectan y producen estructuras comunitarias que transmiten y galvanizan la polarización en línea. A continuación, se presentan los casos a través de los cuales se analizan estas dinámicas y ensamblajes políticos permeados por la división partidista y elitista que domina el escenario actual en Colombia.

### **3.4 El caso Uribe**

Esta investigación no es un estudio sobre el proceso judicial que adelanta la Corte Suprema de Justicia contra el expresidente Álvaro Uribe, sino un estudio sobre el caso #Uribe. Es decir, sobre la construcción de un evento comunicacional y político en las redes sociales. Sin embargo, algunas aclaraciones sobre los antecedentes del caso ayudarían a contextualizar la decisión de la Corte, así como el evento mediático al que dio origen.

Uribe Vélez fue presidente de Colombia en dos periodos consecutivos (2002-2010) y ha sido uno de los líderes más influyentes en la política colombiana en los últimos veinte años. Pese a su popularidad la figura del exmandatario ha sido ampliamente criticada por los sectores de oposición por sus supuestos vínculos con el paramilitarismo. Son estos hechos los que, en el fondo, dieron origen al caso #Uribe. En 2012, en un debate de control político sobre la génesis del paramilitarismo en el departamento de Antioquia, el político de Izquierda, Iván Cepeda detalló algunos hechos que vinculaban a Uribe con el surgimiento de grupos paramilitares en esa región del país.

Concretamente, Cepeda señaló a Álvaro Uribe y a su hermano Santiago Uribe como fundadores del Bloque Metro, un frente paramilitar de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) que operó en el departamento de Antioquia y combatió a las guerrillas de las FARC y el ELN durante décadas. Como sustento a la demanda el dirigente izquierdista presentó algunos testimonios de exparamilitares que corroboraban los señalamientos sobre los vínculos de Uribe con la creación del grupo subversivo.

Álvaro Uribe negó los señalamientos y denunció al congresista por la presunta manipulación de las versiones de los excombatientes. La Corte Suprema de Justicia, encargada de judicializar a los políticos colombianos, recibe la denuncia de Uribe contra Cepeda quien en ese entonces se desempeñaba como senador de la República (2014-2018). Cepeda es elegido para un segundo periodo como congresista (2014-2018), elecciones en las que sería elegido también Álvaro Uribe. Teniendo a Uribe ya no como exmandatario, sino como senador, Cepeda promueve un segundo debate en el Congreso sobre paramilitarismo en Antioquia.

El debate reavivó el pleito jurídico entre ambos senadores y Uribe presentó ante la Corte un documento con entrevistas, realizadas por un investigador privado a exparamilitares, en las que señalaban a Cepeda de hacer ofrecimientos a cambio de declarar contra Uribe. Después de seis años de investigación en los que declararon tanto Uribe como Cepeda y los testigos implicados, en 2018, la Corte concluye que las acusaciones contra Cepeda eran falsas, motivo por el cual decidió abrir una investigación formal contra Uribe quien, a través de terceros, habría incurrido en los delitos de los que acusaba a Cepeda.

Dos años después, el 4 de agosto de 2020, la Sala de Instrucción de la Corte Suprema de Justicia, en una decisión unánime, dictó medida de aseguramiento contra el senador Álvaro Uribe Vélez por los presuntos delitos de fraude procesal y soborno. De acuerdo con las declaraciones del alto tribunal la decisión: fue adoptada con base en un riguroso estudio jurídico sobre la realidad procesal, que indica posible riesgo de obstrucción de la justicia, respecto al futuro recaudo de prueba de hechos presuntamente delictivos que involucraban al entonces senador Álvaro Uribe.

En el comunicado que apareció en la cuenta oficial de Twitter de la Corte Suprema, se informa a la opinión pública sobre los motivos de la decisión. Para la Corte, la medida restrictiva de la libertad de Uribe tiene como fundamento gran cantidad de material probatorio recaudado. El material incluye pruebas testimoniales, inspecciones judiciales, registros filmicos, grabaciones e interceptaciones telefónicas, “que al parecer indican su presunta participación como determinante de los delitos de soborno a testigo en actuación penal y fraude procesal”<sup>3</sup>. Sin embargo, la decisión de una detención cautelar se justifica, según el alto tribunal, por una posible interferencia a la justicia.

---

<sup>3</sup> <https://bit.ly/3VWhhtb>

Según la Corte los probables actos de manipulación de testigos que hoy comprometen al exmandatario habrían sido emprendidos por terceros con su aprobación. Por el hecho se halló culpable al abogado Diego Cadena, apoderado de Uribe, quién le fue sentenciada una pena de casa por cárcel. La evidencia contra Cadena en poder de la Fiscalía demuestra que el abogado contactó a varios exparamilitares presos para que se retractaran de sus acusaciones contra Uribe. Entre los reclusos visitados por el jurista figuran dos que han sido clave en el proceso, Carlos Enrique Vélez y Juan Guillermo Monsalve.

Una vez le fue notificada la medida de aseguramiento de detención domiciliaria en su contra, el exmandatario trino lamentando la decisión de la Corte. Más de 4.9 millones de usuarios que figuran como sus seguidores, entre ciudadanos y medios de comunicación, se enteraron de primera mano de la decisión que había tomado el alto tribunal sobre su situación jurídica. De inmediato, las comunidades de usuarios tanto a favor como en contra se activaron en la red. Muchos usuarios declarados uribistas colgaban sus mensajes de apoyo a el exmandatario (#YoCreoEnUribe, #YoSoyUribe, #MásUribistaQueNunca), otros celebraban la decisión del alto tribunal (#UribeNoEsColombia, #CapturenAUribe, #ApoyoLaJusticia).

Imagen 1. La privación de mi libertad, Uribe



Fuente: Álvaro Uribe Vélez, 2020

El caso Uribe es un evento cargado de narrativas políticas tanto a favor como en contra abonadas por las redes sociales. Desde ellas sus detractores convocaban cacerolazos celebrando la decisión de la Corte, mientras que sus adeptos organizaban caravanas de apoyo. Uribe asegura que detrás de su detención preventiva hay una persecución política y acusa a la Corte de estar politizada.

Por estos motivos, tanto el líder como su partido, Centro Democrático, consideraban que la justicia en Colombia requería una reforma urgente que permitiera acabar con algunos vicios políticos como la politización y la puerta giratoria. Algunas de las propuestas incluían desde una constituyente hasta una reforma vía referendo. Si bien estas propuestas no llegaron a consolidarse, lo cierto es que en el actual clima de polarización que vive el país, el caso



Uribe exacerbó tanto las banderas del uribismo como del antiuribismo. Una guerra entre los que defendían la libertad del exmandatario y los que lo acusaban y condenaban por infringir la ley.

### **3.5 La despenalización del aborto**

El caso Uribe no fue el único que llamó la atención pública de las redes en Colombia, el 21 de febrero de 2022 la Corte Constitucional aprobó la despenalización del aborto hasta la semana 24 de gestación por cinco votos contra cuatro. El país fue el primero en aprobar la legalización del aborto con este límite temporal, en otros países de la región, solo se permite hasta la semana 12 (Uruguay) o 14 de gestación (Argentina). En 2020, el Movimiento Causa Justa por el Aborto, coalición integrada por organizaciones sociales, activistas y ciudadanas, presentó una demanda de inconstitucionalidad contra el delito de aborto, la cual fue aceptada y estudiada por la Corte. La petición exigía la eliminación del delito de aborto del Código Penal por ser violatorio de los derechos de la mujer.

En Colombia, la interrupción del embarazo está permitida solo bajo tres causales: riesgo de salud para la mujer, violación o malformación fetal. La despenalización del delito de aborto hasta la semana 24 es un logro en la lucha por los derechos reproductivos y de salud de la mujer; sin embargo, después de este límite el aborto solo se permite bajo el sistema de causales. Aunque para el Movimiento Causa Justa, el fallo reciente representa un avance significativo en la materia, no elimina el delito del Código Penal.

Según el movimiento, el delito de aborto es la principal barrera que impide que las mujeres opten por la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE). En consecuencia, la eliminación del aborto como delito contribuiría al desmonte de las barreras de acceso a la IVE en las causales despenalizadas, dado que la normativa como está definida repercute negativamente hasta en el personal médico, quienes son susceptibles de recibir sanción penal si un juez considera que actuaron fuera de las excepciones definidas por la ley para practicar el aborto.

Este contexto no solo enfrentó a los magistrados de la Corte que debían pronunciarse al respecto, sino también a las feministas y los grupos opositores. Las calles y el espacio virtual fueron los escenarios privilegiados de la disputa por la legalización del aborto. El ciberactivismo feminista intervino la red social Twitter con el *hashtag* #cortevotesí, que

acompañaron con argumentos provenientes desde la salud pública y el derecho. Por su parte, los sectores opuestos acudieron a la etiqueta #cortevoteno y argumentos religiosos y valores conservadores para defender el derecho a la vida.

El tema de la legalización del aborto se instaló también en la agenda electoral, con candidatos de ambos lados del espectro ideológico criticando o respaldando la decisión de la Corte. Los de izquierda avalaron el fallo y ante una posible victoria presentarían los proyectos de ley necesarios para convertir la sentencia en política pública. Por su parte, los candidatos de derecha criticaron la decisión de la Corte y afirmaron que, ante una eventual llegada al poder, promoverían reformas constitucionales que echaran para atrás el dictamen. Hasta el entonces presidente de la República, Iván Duque, opinó en contra, opiniones que, a juicio de muchos, violaban la autonomía del poder judicial.

Las intervenciones de los principales líderes de derecha y de izquierda permearon la discusión sobre el aborto en la red, en principio organizada alrededor de movimientos sociales a favor y en contra. Analizamos a fondo con datos de Twitter si estas posiciones indujeron a la ciudadanía a tener posiciones más claras respecto al tema o si la polarización en torno al aborto se concentró únicamente en la dimensión social impidiendo ser permeada por la división partidista.

### **3.6 Acuerdo de paz**

Un tercer caso de interés, para analizar la polarización en Colombia en la era de las redes sociales, lo constituye el Acuerdo de paz, en el cual no nos extenderemos por considerar que se ha hablado del tema en profundidad a lo largo de este capítulo. Aquí únicamente nos limitaremos a la discusión que dio origen en Twitter en 2021, cinco años después de la Firma, esto con la intención de averiguar si aún sigue polarizando a la sociedad colombiana.

Desde la Firma y la derrota del “Si” en el plebiscito en 2016, la paz ha sido uno de los tópicos que más polariza a la sociedad colombiana. Un sector, particularmente de derecha, encabezado por el expresidente Álvaro Uribe ha logrado canalizar el descontento que produce el Acuerdo en una parte de la ciudadanía. A finales de 2021, luego de la conmemoración de los cinco años de la Firma, diferentes expresiones políticas manifestaron su apoyo públicamente con los *hashtags* #AcuerdoDePaz y #5AñosDelAcuerdo, lo que reavivó la vieja disputa entre los defensores y opositores.

Para los opositores, el Acuerdo nunca debió llevarse a cabo y, por lo tanto, había poco que celebrar. Diferentes líderes políticos, movimientos a favor de la paz y organismos internacionales intervinieron la red para expresar sus opiniones. Diferentes etiquetas políticas circulaban por regiones de la red, según defendieras la firma o la rechazaras podías visualizar en tu muro *hashtags* con argumentos a favor o en contra. Nuestra data también incluye una base sobre este evento a través del cual se indagan los efectos de la polarización en la red.

En definitiva, los tres casos de estudios buscan probar cuan polarizados o no estuvieron estos debates, tomando para el análisis empírico los datos que produjeron millones de usuarios en la red social Twitter. Se analizan las distancias ideológicas, la presencia de actores políticos clave y las comunidades que se formaron orgánica o instrumentalmente para atizar la polarización en Twitter. Se busca también entender la lógica algorítmica de la red y su papel en sociedades con ciertos niveles de polarización como Colombia. Nuestro próximo capítulo presenta la propuesta metodológica con la que recogimos los datos, así como las herramientas necesarias para la interpretación de los mismos.

## CAPÍTULO 4

### **El análisis de redes sociales como método para el estudio de las interacciones digitales**

Este capítulo propone la metodología utilizada para el análisis empírico de los mecanismos que podrían exacerbar o reducir la polarización en Twitter. Una cuestión teórica central de esta investigación es la de examinar las condiciones bajo las cuales sitios de redes sociales como Twitter facilitan o no la polarización grupal en línea. En lo que respecta al comportamiento político, la segregación algorítmica de Twitter podría agudizar la homofilia ideológica entre élites políticas y simpatizantes. Por otra parte, en lo concerniente a la relación entre medios partidistas y audiencias en línea, la curación algorítmica podría de igual modo facilitar la exposición selectiva, es decir, el consumo de información política que valida nuestras creencias. Ambos mecanismos podrían generar comunidades altamente homogéneas hacia su interior y heterogéneas hacia el exterior, haciendo que dichos grupos sociales se distancien cada vez más entre sí. Esta distancia que podría expresarse en términos ideológicos, afectivos o temático la podemos graficar mediante el uso de métodos de análisis de redes sociales.

Aunque estos mecanismos proponen un escenario entre tantos, es probable que Twitter también facilite otras formas comunitarias de cooperación y organización política. Por tal motivo, no se descarta la posibilidad de que la red favorezca, en lugar de la polarización, otras formas de intercambio ideológico, en los cuales el conflicto político queda en los márgenes. Una posible explicación es que los sitios de redes sociales aumentan la exposición a información compartida por amigos políticamente heterogéneos, quienes podrían exponer potencialmente a las personas a noticias ideológicamente diversas. La exposición con vínculos débiles podría impedir que la conversación política se fracture de manera bipolar y en su lugar facilitar que la segregación algorítmica disperse la opinión pública en múltiples polos de la red. También podríamos apoyarnos en las técnicas de análisis de redes sociales y graficar estos sistemas de redes que inhiben el efecto de la polarización en línea.

Para mostrar gráficamente ambos procesos es esencial identificar las posiciones ideológicas que adoptan las comunidades de usuarios cuando discuten temas políticos. Asumiendo que en dichas comunidades se consolidan actores políticos clave cuyos mensajes

circulan masivamente (teoría de las señales partidistas) podríamos asociar dichas posiciones con las ideologías o partidos políticos a los cuales pertenecen.

La estructura del capítulo es la siguiente: en el primer apartado se propone una medida de polarización a partir del tratamiento de la ideología como una variable latente. Una variable latente es aquella que no se observa directamente, sino que a través de otras variables pueden ser inferidas (Barberá, 2015). En el caso de las redes políticas en línea, se estima el valor de la ideología al examinar las interacciones entre élites políticas y usuarios. Una segunda sección define el análisis de redes como el enfoque metodológico más apropiado para datos relacionales, así como sus conceptos y medidas centrales. Finalmente, en una tercera sección, se presentan los procedimientos concernientes a la extracción de datos de red, teniendo a Twitter como fuente, así como los pasos técnicos utilizados para armar la red. Todo el procedimiento fue ejecutado en RStudio, una versión amigable y gratuita que ofrece los paquetes necesarios para la extracción de datos de redes sociales y la aplicación de herramientas de análisis de redes.

#### **4.1 Medición de las variables**

Se estudian redes políticas en Twitter para explicar la medida en que expresan o no la polarización política en línea. Como en la mayoría de los estudios sobre polarización, la ideología (medida aquí en términos de homofilia ideológica) constituye una variable clave, dado que los individuos tienden a ubicarse en polos opuestos en función de sus preferencias políticas. Sin embargo, en el caso específico de la polarización en sitios de redes sociales, la ideología no es una variable que se observe de manera directa, por tanto, una forma de resolver este problema es tratarla como una variable latente. La ideología, sostiene Barberá, “es una variable latente cuyo valor puede ser inferido a partir de las interacciones observadas entre usuarios comunes y actores políticos” (2015, pág. 3).

Calvo y Arugete argumentan que “las posiciones de los usuarios mantienen distancias con otros usuarios que se corresponden con distancias latentes de afinidad (2020, págs. 104-105). En Twitter, por ejemplo, un retuit es una arista que se forma cuando un usuario comparte información de otro usuario. Cuando se trata de información política, por lo general, el acto de retuitear puede expresar el grado de afinidad entre quien postea el mensaje y quien lo comparte. Existen algoritmos especializados que detectan la interacción

entre nodos para ubicarlos en un plano cartesiano en función de esta proximidad o afinidad (2020, pág. 103). Por tanto, esta conexión que establecen los usuarios comunes con los actores políticos que siguen sería la vía a través de la cual se estima la homofilia ideológica de una red. Bajo el supuesto de los modelos de espacio latente, Barberá y otros argumentan que “las posiciones de los individuos en un espacio social no observado pueden inferirse sobre la base de las conexiones observadas entre ellos en la medida en que tales conexiones se rigen por el principio de homofilia” (Barberá y otros, 2015, pág. 3).

El procedimiento metodológico consiste entonces en el cálculo de las coordenadas ideológicas de los usuarios a partir de los mensajes que comparten de los actores políticos y mediáticos que siguen. Aplicando un algoritmo de agrupamiento de redes, se clasifican a los usuarios en comunidades en función de los actores políticos con los que interactúan con mayor frecuencia. En otras palabras, la función de este algoritmo es maximizar la distancia entre individuos con el fin de encontrar comunidades de usuarios en la dimensión ideológica latente de la red (Calvo & Aruguete, 2020).

El proceso de detección de comunidades es fundamental, pero la estimación de la polarización va más allá y depende también de la identificación de los actores políticos clave, de las comunidades afines y de los temas de discusión que se activan en la red. Con base en estos criterios, el investigador podrá deducir si cierta red se corresponde con las dimensiones reales de la política cotidiana (izquierda-derecha, gobierno-oposición) o responde a otro tipo de estructura que no necesariamente está atravesada por la diferenciación ideológica.

En cierto sentido, los vectores de información más importantes para la categorización de una red como polarizadas o no polarizadas son los nodos centrales que monopolizan la conversación. En el caso de discusiones políticas en la red, generalmente, estos nodos tienden a ser actores políticos, medios de comunicación y activistas que dada la centralidad que tienen en el sistema de red sus mensajes son compartidos masivamente por otros usuarios ideológicamente afines.

En el Capítulo 1 se planteó que cuando las élites están polarizadas a lo largo de líneas ideológicas, esta polarización puede descender hasta el nivel de la ciudadanía a través de las señales partidistas que envían a sus votantes sobre los temas de la agenda política. Esto es más acuciante en una sociedad en donde la personalización de la política tiende a moldear la opinión pública. Las posiciones políticas o ideológicas declaradas de los políticos en sus

cuentas constituyen vectores de información que facilitan la ubicación en el plano ideológico de aquellos que los siguen o se identifican con sus posturas. Nos basamos en el análisis de esta información para estimar la homofilia ideológica tanto de los actores políticos como de aquellos que interactúan seguidamente con ellos.

La decisión de seguir o compartir mensajes que provienen de políticos brinda, por tanto, información sobre las posiciones que adoptan estos actores, así como las de los usuarios cuando discuten temas con alto nivel de involucramiento político (Aruguete, 2019). Examinamos la estructura de las interacciones entre estos dos conjuntos de usuarios y estimamos a nivel agregado el grado de homofilia ideológica existente en la red. Una red polarizada debe cumplir dos requisitos: 1) mostrar una distribución bimodal (dos comunidades que no se comunican entre sí) y 2) los actores políticos que comparten cada comunidad además de ser diferentes deben ser claramente identificables en el espectro ideológico, izquierda-derecha, gobierno-oposición.

Por otra parte, la teoría de los lazos débiles plantea que las redes sociales en las cuales están insertos la gran mayoría de los usuarios suelen ser ideológicamente heterogéneas y exhiben diferentes grados de heterofilia. Tal como se discutió en el capítulo teórico, los lazos débiles son una fuente potencial de información novedosa y vinculan a personas que no están conectadas con sus otros amigos. Por tanto, esto debe inducir a la moderación política a nivel individual y ayudar a disminuir la polarización política masiva (Barberá, 2014). En consecuencia, una red no polarizada debe cumplir los siguientes requisitos: 1) presenta múltiples comunidades (la opinión se dispersa en diferentes grupos de discusión) y 2) exhibe altos patrones de heterofilia ideológica (diferentes actores políticos se consolidan como autoridades dentro de las subredes o comunidades).

Para identificar si una red se encuentra polarizada utilizamos dos métricas diferentes: a) el porcentaje de retuits que tiene lugar entre individuos ideológicamente similares, es decir, el grado de interacción entre actores políticos y ciudadanía (homofilia ideológica) y, b) el grado de homogeneidad (distribución bimodal) de las comunidades de usuarios detectadas en la red de retuits. En el caso de las redes no polarizadas las métricas que nos permitirán identificarla son: a) el porcentaje de retuits que tiene lugar entre individuos ideológicamente diversos (heterofilia ideológica) y, b) el grado de heterogeneidad ideológica (distribución multimodal) de las comunidades de usuarios. Finalmente, para ambos casos nos fijamos en

la naturaleza de los temas debatidos (políticos o partidarios) y el grado de difusión de dichos temas a través de los retuits.

Se cuenta con tres bases de datos extraídas de manera longitudinal, lo cual nos permitió capturar la dinámica de los eventos de interés (#Uribe, #AcuerdoDePaz y #Aborto) en el tiempo. Los datos que se utilizan para el análisis empírico no son datos producidos por el investigador, como tampoco lo son las variables que se emplean para medir la homofilia ideológica, son datos de rastreo digital que capturan las interacciones entre usuarios. Este tipo de datos, sin embargo, es compatible con el análisis de redes sociales. Ha sido esta coincidencia natural entre el análisis de redes sociales y la interacción social a través de plataformas digitales lo que ha despertado el interés por diferentes aspectos del comportamiento social en línea (Howison y otros, 2012).

Los datos, entonces, vienen en un formato relacional, prefabricado y listo para el análisis de redes. Como se ha venido insistiendo, para calcular el grado de polarización de una red hay que prestar atención al nivel de homofilia entre los actores políticos y aquellos que los siguen. Para realizar este cálculo, nos vamos a RStudio y tomamos de la matriz de datos las variables que contienen este tipo de información y con ellas armamos la red: el actor del tuit (político, activista, medio de comunicación o periodista), el usuario que comparte el tuit original con sus pares interconectados y el mensaje del tuit.

En los apartados siguientes y en el apéndice metodológico se explican ampliamente los procedimientos técnicos para el diseño de la red, en lo que resta de este apartado nos interesa mostrar cómo a partir de estas variables se prueban las hipótesis. Una vez que ingresamos las variables en la red, podemos entonces aplicar algoritmos que ubican los nodos en el espacio latente y detectan comunidades y actores importantes dentro de la red. Estas redes nos comunican el modo en el que interactúan los usuarios cuando eventos políticos irrumpen en la escena digital, sin embargo, no nos informan sobre las etiquetas ideológicas que definen las comunidades *per se*. Para etiquetar las comunidades de usuarios se requiere de otro tipo de información que no proveen naturalmente los datos. Podemos evaluar la naturaleza política de los *hashtags* o analizar la centralidad de los nodos cuyos mensajes están siendo compartidos y valernos de dicha información para nombrar las comunidades (Calvo & Aruguete, 2020).



Por ejemplo, si en una red se identifican dos comunidades, ese podría ser un primer indicio necesario, pero no suficiente de una distribución bimodal (homogeneidad ideológica). Para profundizar aún más si dicha división se corresponde con las dimensiones reales de la política cotidiana (izquierda-derecha, gobierno-oposición) nos basamos en la información que proporcionan las interacciones entre los actores políticos y los usuarios. Generalmente, cuando los temas exigen un alto involucramiento político o partidista dichas interacciones tienen lugar entre individuos ideológicamente similares.

La comunidad que se posiciona a favor de un tema tiende a interactuar y compartir información congruente con dicha posición (exposición selectiva), por lo que los actores políticos y mediáticos que se posicionan como autoridades dentro de cada una de ellas no son compartidos por la otra parte. Cuando se identifica este patrón en una red dividida de forma bimodal, entonces podríamos decir que la red está claramente polarizada a lo largo de líneas ideológicas, temáticas o afectivas. Similarmente, se aplica el mismo procedimiento metodológico para determinar si una red no está polarizada según la división partidista que caracteriza la actual coyuntura política colombiana. En los apartados siguientes se explica a detalla el trabajo metodológico desde la recolección de la información hasta el armado de la red.

#### **4.2 Análisis de redes: conceptos y medidas**

Una red puede expresar la forma en la que se intercambia información entre comunidades de usuarios que no se comunican entre sí, pero que son parte de la misma estructura de red. Por tanto, el modo en que se conectan los usuarios puede generar focos de cohesión local fuertes entre ellos (homofilia) pero a la vez cohesión global débil con el resto de la red (Borgatti & Lopez-Kidwell, 2011). También puede darse el caso de una red en la que los intercambios ideológicos son cruzados (heterofilia). Estas formas de interacción, cualesquiera sean, producen huellas digitales que posteriormente pueden ser extraídas en forma de variables y analizadas empíricamente mediante herramientas de análisis de redes sociales.

Cada plataforma de red social modela el modo en que el flujo de información circula. Twitter, por ejemplo, “es un sistema jerárquico de difusión de información donde seguir a alguien o ser seguido por alguien representan distintos tipos de relación” (Calvo, 2015, pág. 52). Esta asimetría define a las redes que se forman en Twitter como redes dirigidas, en las

cuales un número pequeño, pero significativo, de actores llamados nodos centrales o autoridades dominan la conversación virtual. Son dirigidas porque la mayor parte de los bordes o aristas salen de estos nodos centrales hacia otros nodos que han decidido compartir sus mensajes.

En el caso de redes políticas, este pequeño número de usuarios suelen ser actores políticos con una alta visibilidad social y mediática. En teoría de redes, la centralidad es una medida que define la importancia de ciertos nodos dentro de la red y, por tanto, es un factor que revela aspectos relevantes tanto de la estructura de la red como del nivel de cohesión ideológica de los grupos sociales que componen las subredes dentro de ellas.

Ahora bien, ¿por qué aplicar un enfoque de redes para responder una pregunta de investigación sobre polarización política? la centralidad y la cohesión ideológica de grupos, dos de las medidas más importantes en el análisis de redes sociales, explican muy bien los mecanismos de la polarización en la red. Pues, “la densidad describe el nivel general de cohesión en un grafo, mientras que la centralidad describe la medida en que esta cohesión se organiza en torno a puntos focales particulares” (Scott, 2017, pág. 102). Estos puntos focales son los llamados actores centrales de la red que tienden a congregarse a los llamados actores periféricos, aquellos que en la cadena de transmisión de información cumplen las funciones de propagación. Al congregarse alrededor de actores clave de la red aumentan la cohesión interna formando comunidades que pueden llegar a diferenciarse ideológicamente, según sus patrones de homofilia.

El análisis de redes, según Scott, “implica la descripción de las características estructurales de las relaciones sociales de individuos y grupos” (2017, pág. 74). Estas relaciones, a su vez, explican patrones de comportamiento. Por ejemplo, estudiar redes formadas por la interacción de actores políticos y ciudadanía en el entorno digital podría ayudar a comprender la naturaleza de esos vínculos y arrojar luz sobre el comportamiento polarizado de los usuarios.

Las redes son sistemas particulares de relaciones sociales y la teoría de redes es una teoría sobre la formación de esas relaciones entre individuos que se estudian sobre la base de características socialmente compartidas (Borgatti & Lopez-Kidwell, 2011). Los métodos basados en redes nos permiten examinar la naturaleza de esos vínculos en función de sus atributos o características compartidas. Si pensamos en las redes políticas que se forman en

Twitter entre actores políticos y ciudadanía, gran parte de estos vínculos suelen ser por afinidad ideológica o partidista, lo que permitiría explicar ciertos mecanismos a través de los cuales la polarización se vuelve expresiva en el espacio en línea.

La mayoría de las redes se definen por altos niveles de similitud entre nodos, lo cual explica cuan densos pueden ser los subgrupos que se forman dentro de ellas. Retuitear, por ejemplo, constituye para muchos académicos una medida de similitud. Calvo y Aruguete (2020) argumentan que la proximidad cuando se trata de redes políticas, es un vector que comunica la similitud en términos de preferencias políticas e ideológicas. Por lo tanto, se determina la similitud (homofilia) entre los nodos de una red sobre la base de quien retuitea a quien. En este tipo de redes el parámetro social es la homofilia ideológica que divide la red en comunidades localmente cohesionadas.

Las redes, de acuerdo con Newman, “capturan el patrón de interacciones entre las partes de un sistema”, este sistema, por tanto, “puede reconstruirse a partir de observaciones de interacciones entre nodos” (2018, pág. 7). En cierto sentido, la polarización puede ser expresada en términos de propiedades de red (intermediación, similitud, densidad, cohesión, centralidad, vínculos y nodos centrales) que en conjunto revelan las divisiones que separan a los distintos grupos de nodos de una red. Mediante el uso de herramientas de visualización de redes podemos crear representaciones gráficas de los intercambios entre grupos y, de esa forma, comunicar si una red se encuentra polarizada o no.

La característica singular de las redes polarizadas es la formación de grupos mutuamente excluyentes que están densamente interconectados en su interior (cohesión ideológica intra-grupal), pero débilmente conectados con el resto de la red (cohesión global débil). Las redes no polarizadas, por su parte, presentan niveles diferentes de pertenencia grupal y lazos transversales entre grupos y, en consecuencia, cohesión ideológica extremadamente baja (Marin & Wellman, 2011). En el caso de detección de redes políticas, la ideología aparece como una medida de segregación que divide la red en grupos opuestos.

Recordamos nuestra definición de polarización como la distancia ideológica, temática o afectiva entre dos o más grupos sociales, por tanto, un vínculo entre un usuario y un actor político clave de la red puede revelar información sobre el comportamiento grupal en cualquiera de estas direcciones en las que se expresa la polarización. Ser de izquierda o de derecha es una característica de los miembros de la red que se interpreta como un atributo de

composición de los grupos locales que forman dicha red. Dada la importancia de los nodos centrales para determinar la naturaleza estructural de una red, en el siguiente apartado se propone una definición de la popularidad de estos nodos basados en el concepto de centralidad.

#### **4.2.1 Centralidad de los nodos**

Las conexiones entre los diferentes tipos de actores, políticos y mediáticos, con sus seguidores en el contexto digital han llamado la atención sobre el análisis empírico de las redes y la inferencia del comportamiento social. Para los especialistas del tema, el atributo fundamental de la teoría de redes “es su capacidad para describir y analizar la estructura de conexiones entre individuos” (Patty & Penn, 2016, pág. 24). Básicamente, la teoría de redes se fundamenta en tres conceptos clave: centralidad, conexión y comunidades. Dichos conceptos facilitan la medición de las redes mediante la teoría de grafos. Matemáticamente, un grafo es el conjunto de nodos (individuos) unidos por enlaces llamados aristas (relaciones entre individuos) y la teoría de grafos explica la manera en que “se organizan dichas relaciones a través de conceptos y medidas que describen los patrones de conexiones” (Scott, 2017, pág. 75), como la centralidad, la densidad, la cohesión, entre otras nociones empíricamente medibles.

La centralidad de los nodos en un grafo, “es una característica propia de ciertos nodos y define la importancia relativa que poseen dentro del mismo” (Gastón Silva, 2018, pág. 14). Medir la centralidad de un actor dentro de la red o dentro de los subgrupos de la red es un aspecto clave de la teoría de redes que permite descubrir el nivel de influencia política o social de figuras dentro de la red. Existen diversos métodos para medir la centralidad de un actor, quizá los tres más tratados en la literatura sean el grado de centralidad, la centralidad del vector propio y la centralidad de intermediación.

El grado de centralidad es una medida que se basa en la idea intuitiva de que un nodo es central si está conectado con muchos otros nodos. Básicamente, se mide a partir del número de aristas unidas a un nodo central. Por ejemplo, el grado de un nodo en Twitter podría ser el número de seguidores o de retuits que tiene dentro de la red. Ahora bien, existen dos tipos de redes, redes no dirigidas y redes dirigidas.

En las primeras, afirma Newman (2018), el grado es solo un número (nodos que tienen más conexiones), mientras que, en las segundas, los nodos tienen dos grados diferentes: grado de entrada y grado de salida que “comprenden el número de aristas que apuntan hacia adentro y el número de aristas que apuntan hacia afuera, respectivamente” (pág. 9). Por lo tanto, “la centralidad en las redes dirigidas generalmente la otorgan otros nodos que apuntan hacia el nodo central” (pág. 162). En Twitter, por ejemplo, donde las redes son dirigidas, la medida que calcula el grado de centralidad es el número de retuits que tiene un actor (aristas que salen del nodo central).

Las redes políticas contienen un número pequeño, pero valioso de nodos con una centralidad significativamente alta, a través de los cuales es posible estimar el grado de homogeneidad ideológica de las comunidades a las cuales pertenecen, así como el nivel de homofilia ideológica entre ellos. Podemos basarnos en esta medida de centralidad simple para identificar los actores políticos y mediáticos importantes de la red, calculando el número de retuits que reciben sus mensajes o podemos complementar esta medida con otras más precisas como la centralidad del vector propio (*Eigenvector Centrality*) o la centralidad de intermediación (*Betweenness Centrality*).

La centralidad del vector propio es una extensión de la centralidad de grado que se basa en el número de conexiones que tiene un actor determinado. Es decir, la centralidad de un nodo está positivamente asociada con la centralidad de los actores a los que ese actor está conectado (Patty & Penn, 2016). El enfoque de la intermediación se basa en el concepto de “dependencia local”, el cual establece que “un punto es dependiente de otro si el camino que los conecta con otros pasan por ese punto” (Scott, 2017, pág. 100).

Un nodo puede lograr una “alta centralidad ya sea teniendo muchos vecinos con una centralidad modesta o teniendo unos pocos vecinos con una centralidad alta” (Newman, 2018, pág. 160). En otras palabras, puede ser influyente conociendo a mucha gente o conociendo solo a unas pocas personas si esas pocas son relevantes. El aspecto que distingue una medida de centralidad del vector propio de una medida del grado de centralidad es que la influencia de un actor no depende únicamente del número de nodos conectados a él, sino también de si ese actor tiene vecinos con alta influencia.

Por otra parte, la centralidad de intermediación se apoya fundamentalmente en la idea de cuántos actores están conectados entre sí por un actor dado (Patty & Penn, 2016). Captura,

según los autores, la noción de que la centralidad de un actor se basa en cuantos otros actores necesitan que ese actor se comunique o interactúe con ellos. Para este enfoque, “el número de mensajes que pasa por cada nodo es proporcional al número de caminos más cortos en los que se encuentra el nodo” (Newman, 2018, pág. 173). Por ejemplo, el mismo Newman señala que, un nodo que se encuentra en un puente que une a dos grupos de otros nodos tiene una alta intermediación, aunque su grado sea bajo. Por consiguiente, concluye que, “los nodos con alta centralidad de intermediación tienen mayor influencia dentro de una red, en virtud de su control sobre la información que pasa hacia otros” (pág. 173).

En redes dirigidas, la centralidad de intermediación depende, en general, de la dirección en la que viaja el mensaje que, por lo general, se mide en número de retuits. Esta medida, siguiendo a Newman, difiere de las otras medidas de centralidad que se han considerado en que no es principalmente una medida “de qué tan bien conectados está un nodo, sino que mide cuanto cae un nodo entre otros” (pág. 175). Por ejemplo, un nodo puede tener un grado de centralidad bajo, estar conectado a otros que también tienen un grado bajo de centralidad y aun así tener una alta intermediación. Por lo general, este método se enfoca en cuán importante es un nodo que funge como puente entre otros nodos. Esta medida es fundamental para entender la importancia de los lazos débiles en un sistema de red.

Un subtipo de esta clase de medidas, es la intermediación de paseos aleatorios, para la cual los mensajes que van de un nodo a otro realizan caminatas aleatorias a través de los puntos de inicio y destino posibles de la red, definiendo la intermediación como el número promedio de dichos mensajes que pasan a través de cada nodo (pág. 177). Si se piensa en los modelos de negocio de las plataformas de redes sociales, la centralidad de un usuario puede ser un bien redituable. En Twitter, el volumen de tráfico que crean estos tuiteros influyentes, señala van Dijck, “resulta bastante lucrativo para la propia compañía en términos de venta de espacio publicitario” (2016, pág. 127). En efecto, en su estudio encuentra que el entorno digital, “los anunciantes pagan a los tuiteros más poderosos para que hagan circular sus marcas” (pág. 128).

Existen algoritmos específicos que calculan la centralidad de un nodo simplemente con base en el número de seguidores. De hecho, señala la autora que, “existen compañías especializadas en localizar estos usuarios mediante el uso de algoritmos para vender la información a potentes anunciantes” (pág. 128). En el caso del análisis empírico, algunos

procedimientos técnicos permiten capturar las medidas de centralidad de forma directa. Además de medir la centralidad de los actores en la red, daremos otro paso importante en el análisis de redes, aplicar algoritmos cuya función es estimar la ubicación de los nodos más influyentes en el grafo estimado. Si, por ejemplo, en una red detecta varios nodos centrales, el algoritmo los ubicará en el plano cartesiano juntos a otros con atributos similares, a menudo en función de la proximidad ideológica que tienen estos nodos centrales con el resto de nodos.

En definitiva, el posicionamiento real de los nodos centrales en un grafo, quien se relaciona con quien, nos permite estimar los patrones de conexión que se establecen entre los diferentes nodos (actores políticos y seguidores). Actualmente, existen muchos algoritmos asistidos por computadora que se ocupan de ubicar en el grafo los nodos más influyentes, ya depende del interés del investigador qué algoritmo (Random, Kamada-Kawai, Sugiyama) emplear en función del tipo de red, dirigidas o no dirigidas. En este trabajo, en particular, se estima la ubicación de los nodos en el grafo con base en uno de los algoritmos más populares para redes dirigidas: Fruchterman-Reingold (FR).

#### **4.2.1.1 Estimación de los nodos en la red**

Un segundo paso metodológico importante en el análisis de la nodalidad en las redes es la estimación de la ubicación de los usuarios en el espacio latente y uno de los algoritmos más populares para dicho proceso es el de Fruchterman-Reingold, el cual “emplea un tipo de estimación llamado algoritmo de fuerza dirigida que posiciona cerca los nodos que se comportan de igual modo” (Calvo & Aruguete, 2020, pág. 167). El algoritmo fue creado por Thomas Fruchterman y Edward Reingold (1991) a finales del siglo pasado e integrado al paquete *Igraph* de R por Csardi y Nepusz (2006).

Se trata de un algoritmo de diseño de redes que sigue el principio de repulsión y atracción de los átomos. El supuesto básico detrás de este método es que en una red existe entre todos los nodos no adyacentes una fuerza de repulsión, pero también una fuerza de atracción entre los nodos adyacentes (Kobourov, 2013). Por tanto, los nodos adyacentes están cerca entre sí y los nodos no adyacentes están espaciados en el plano. Según Kobourov (2013), el objetivo del método es calcular el desplazamiento de los nodos sobre la base de las interacciones de las fuerzas de atracción y repulsión entre los vértices.

Los diseños dirigidos por fuerza intentan obtener un gráfico donde los bordes tienen una longitud similar y se cruzan entre sí lo menos posible. Simulan el gráfico como un sistema físico, donde los nodos son partículas cargadas eléctricamente que se repelen entre sí cuando se acercan demasiado. Los bordes actúan como resortes que atraen a los nodos conectados para acercarlos. Como resultado, los nodos se distribuyen uniformemente a través del área del gráfico y el diseño es intuitivo en el sentido de que los nodos que comparten más conexiones están más cerca entre sí (Ognyanova, 2016).

En síntesis, en el estudio de las redes políticas, la centralidad generalmente se iguala con algún tipo de capital político que nos permite inferir la base sobre la cual se construyen las conexiones (Pfeffer, 2017). Si en una red hay actores políticos influyentes, lo más probable es que también esta dimensión nos informe de otros aspectos como la afiliación partidista o ideológica del grupo en general, dado los niveles de homofilia existentes entre ambos tipos de actores. Por tanto, la homofilia ideológica, como se ha argumentado en el capítulo teórico, se convierte en un importante atributo de orientación política que puede definir las conexiones, así como los grupos que se forman alrededor de los nodos centrales (actores políticos).

Por consiguiente, este algoritmo nos permite calcular el porcentaje de retuits que tiene lugar entre individuos ideológicamente similares o, por el contrario, entre individuos ideológicamente heterogéneos. Aun cuando FR resuelve el problema de la influencia de un nodo en una red, no aborda la noción de grupos de individuos sobre los cuales un actor tiene influencia o poder. Por tanto, otro desafío del análisis de redes sociales tiene que ver con la identificación de grupos dentro de una red; es decir, la asignación de nodos a un conjunto de nodos. Esto es lo que en teoría de redes se denomina comunidad. La identificación de las estructuras de subgrupos dentro de la red requiere de otros procedimientos y herramientas de la teoría de redes. Hay muchos métodos algorítmicos de agrupación diseñados exclusivamente para la estimación de comunidades, el que se aplica en este estudio se basa en la teoría de caminos aleatorios (Walktrap).

#### **4.2.2 Detección de comunidades en la red**

El objetivo final del estudio de redes es “comprender mejor el comportamiento de los sistemas que representan” (Newman, 2018, pág. 494). Por ejemplo, se estudian las redes



políticas en Twitter para comprender mejor la naturaleza de los intercambios ideológicos y sus implicaciones para la polarización. Un evento social puede crear una red con un amplio número de vértices y aristas densamente conectadas. Si bien todos los nodos que aparecen en la red tienen una relación explícita o implícita, es común que se formen grupos densos o dispersos en el grafo cuyas interrelaciones son más intensas con respecto al resto de la red. FR brinda una descripción global de todos los nodos que participan de la red, sin embargo, no nos comunica sobre sus comunidades de pertenencia. La estimación de las comunidades de pertenencia es fundamental en el análisis de la polarización en línea, puesto que nos permite identificar el grado de homogeneidad (distribución bimodal) o heterogeneidad (distribución multimodal) ideológicas de las comunidades de usuarios detectadas en la red de retuits. Como establecimos en nuestra segunda métrica.

Las redes sociales se dividen naturalmente en comunidades o grupos, su definición y análisis dentro de las redes es un área amplia y fructífera de la teoría de redes. Una comunidad se define como un subconjunto de nodos dentro del grafo de tal manera que las conexiones entre los nodos son más densas que las conexiones con el resto del grafo (Radicchi y otros, 2004). La finalidad de los métodos de detección comunitaria es encontrar “las divisiones naturales de una red en grupos de nodos, de modo que haya muchos bordes dentro de los grupos y pocos bordes entre ellos” (Newman, 2018, pág. 498).

En un grafo, por tanto, pueden existir grupos de vértices que comparten características similares o se agrupan en conglomerados mucho más interconectados que el resto. Existe un interés preponderante en identificar comunidades de individuos que interactúan con mayor frecuencia en función de algún atributo compartido, ya sea en términos homofílicos o heterofílicos. Las comunidades son esos conjuntos de nodos que consolidan a actores políticos clave como nodos centrales de la red y con quienes interactúan de manera permanente. Compartir mensajes de ciertos actores políticos en una dimensión de la red crea grupos de usuarios altamente cohesionados ideológicamente, pero a la vez con pocos lazos hacia el exterior. Esta cohesión ideológica (densidad en términos de teoría de redes), explicada en términos del principio de homofilia constituye una propiedad estructural de las redes polarizadas.

Observar la estructura agrupada de la red podría arrojar luz sobre la existencia de la dimensión política de interés; por ejemplo, si el conflicto político se da en la dimensión

gobierno-oposición o izquierda-derecha. A partir de esa información, se podría deducir la manera en que se organiza la polarización en las redes sociales como Twitter. Para estimar la pertenencia de los usuarios a distintas comunidades se utiliza el algoritmo Walktrap. Según Calvo y Aruguete (2020), este algoritmo identifica una comunidad de usuarios aumentando la información disponible y agrupando a los usuarios en clústeres. En las redes de usuarios que discuten temas políticos, el algoritmo es capaz de agrupar las cuentas que comparten posiciones similares de acuerdo con sus patrones de asociación homofílica y ubicarlos en una “dimensión ideológica latente” (Barberá y otros, 2015). Es decir, los usuarios que retuitean los mismos actores políticos son desplazados hacia alguna región de la red, creando grupos de individuos ideológicamente homogéneos.

Walktrap es un algoritmo de agrupamiento jerárquico desarrollado por Pons y Latapy (2005). Teóricamente, el algoritmo está diseñado para identificar comunidades formadas por aquellos vértices que están comunicados por una corta distancia. Básicamente, Walktrap se fundamenta en la teoría de caminos aleatorios (*Random Walk*), la cual sostiene que “diferentes caminos aleatorios en un grafo tienden a quedar atrapados en zonas con una alta densidad de nodos” (Santander, 2015, pág. 16). Extrapolando este supuesto al diseño de un grafo extraído de una red social, según Santander, estaríamos hablando de que quedarían atrapados en comunidades.

De esa forma, el algoritmo es capaz de capturar las estructuras comunitarias de una red, tomando como medida de similitud la distancia entre los vértices y las comunidades. En pocas palabras, cuando dos vértices están en comunidades diferentes es porque existe una distancia considerable entre ellos, muy por el contrario, sucede cuando están en la misma comunidad, donde la distancia es relativamente pequeña (Pons & Latapy, 2005).

Algunos críticos señalan que la aplicación de algoritmos de detección de comunidades en la investigación de redes está sesgada hacia la búsqueda de redes polarizadas (Barberá, 2015). Si bien, la dimensión latente resultante podría ser ideológica y, por tanto, polarizada, la identificación de comunidades distantes no es una medida de polarización en sí. El algoritmo puede detectar comunidades distribuidas en el grafo, puede suceder que un análisis de sus actores centrales muestre que compartan posiciones similares u opiniones parecidas sobre el tema o el evento en cuestión. En estos casos, la diferenciación ideológica no es clara y, en consecuencia, la polarización inestimable. Por tanto, la presencia *sui generis*

de comunidades no es un indicador de polarización por sí sola. Pero, si una condición necesaria en el análisis cuando su efecto se mira en relación con la centralidad de los diferentes actores políticos que habitan la red. En las siguientes secciones se muestra paso a paso los procedimientos seguidos para medir la centralidad y detectar comunidades en una red.

### **4.3 Extraer los datos, armar la red, ubicar los nodos centrales y estimar comunidades**

La encuesta, la entrevista, la observación son parte de las formas tradicionales de recopilación de datos en la investigación de redes. Sin embargo, la alta disponibilidad de datos de comportamiento en sitios de redes sociales como Twitter y el uso de programas estadísticos para el análisis de dichas redes revolucionaron la manera en la que se obtienen los datos de redes sin que ello ocasionara un desplazamiento radical de los instrumentos convencionales.

Los sitios de redes sociales constituyen el mundo de las conexiones actuales de millones de usuarios, redes complejas se forman vertiginosamente de estas conexiones, pero también son capaces de desaparecer en la misma medida. Se trata de grandes conjuntos de nodos con patrones de conexiones complejas que requieren de sofisticados programas para su recolección y análisis. La minería de datos no es una técnica que haga parte de la teoría de redes, como tampoco les son las técnicas tradicionales, pero indudablemente es una potente herramienta para la recopilación de datos, no solamente para el análisis de redes sino también para la investigación social, en general.

En la actualidad, hay muchos programas de computación estadística habilitados para la recopilación y el procesamiento masivo de datos de sitios de redes sociales, entre los más populares están Python y R (o RStudio). Dichos programas permiten la extracción, el almacenamiento y el procesamiento de las bases de datos facilitando el trabajo académico y el estudio de la evolución de los eventos sociales y mediáticos a lo largo del tiempo.

En la investigación social, los datos, según Scott (2017), pueden ser de tres tipos: de atributos, ideacionales y relacionales. A cada tipo de dato le corresponde un tipo de análisis específico. Los atributos, afirma, son aquellos que se relacionan con las actitudes, opiniones y comportamiento de los agentes. En la medida en que estos se consideren propiedades, cualidades o características de los individuos el tipo de análisis más apropiado es el análisis de variables.

Los ideacionales describen directamente los significados, motivos, definiciones y tipificaciones involucradas en las acciones. Las técnicas para el análisis de datos ideacionales, argumenta Scott, están menos desarrolladas que las de datos relacionales y de atributos, a pesar de su centralidad para las ciencias sociales. El análisis del tipo esbozado por Weber junto con varias formas de análisis del discurso, puntualiza, son los enfoques más fructíferos para este tipo de datos.

Por último, los datos relacionales se refieren a los lazos, conexiones y vínculos que relacionan a un actor con otro y que no pueden reducirse a las propiedades de los individuos mismos. Las relaciones, para Scott, no son propiedades de los agentes, sino de los sistemas de relaciones constituidos a partir de pares conectados de agentes que interactúan. Los métodos más apropiados para los datos relacionales son los del análisis de redes, en el que las relaciones se tratan como expresión de los vínculos que se dan entre los agentes. En el estudio de la polarización en línea se analizan precisamente las relaciones que se dan dentro de la red entre diferentes actores sociales (políticos, partidos políticos, ciudadanía y medios de comunicación) para deducir la naturaleza de dichas relaciones (homófilas o heterófilas, etc.). Empíricamente, las conexiones más importantes y sobre las cuales se extraen datos son aquellas que se dan en la dimensión ideológica entre actores políticos y ciudadanía en general.

Sobre la base de los argumentos de Scott, se aplican los métodos basados en el análisis de redes sociales a datos relacionales extraídos de Twitter para medir los patrones de relaciones entre los diferentes actores y estimar a partir de ellos cuales se corresponden con redes polarizadas (comunidades opuestas con una alta cohesión ideológica interna) y cuales se corresponden con redes no polarizadas (comunidades diversas que expresan la variedad de opiniones con diversos lazos débiles). Por supuesto, como cualquier instrumento de medición, el análisis de redes sociales presenta limitaciones, las cuales se discuten al final de este capítulo.

Una ventaja sustantiva de tener a Twitter como fuente primaria de datos relacionales es que la recopilación de la información no se ve obstaculizada por la subjetividad de las técnicas tradicionales en las que, según Gruz & Haythornthwaite, “los encuestados pueden dar respuestas parciales, responder de maneras que creen que hacen que su comportamiento se vea mejor, exagerar las interacciones, olvidar a las personas y las interacciones o percibir

los eventos y las relaciones de manera diferente a como lo hacen” (2011, pág. 169). Las encuestas, muchas veces, pueden estar “sujetas a errores de medición y sesgos de deseabilidad social por lo que puede tener poca validez externa” (Barberá y otros, 2015, pág. 5). Un entorno ideal para el estudio de la polarización a nivel de masa, señalan Barberá y otros, “sería uno que permita a los investigadores observar discretamente las elecciones de comportamiento en el entorno en el que ocurren naturalmente e inferir las características de los individuos que se involucran en tal comportamiento” (2015, pág. 6).

Los sitios de redes sociales son, actualmente, el escenario ideal para este tipo de estudio, en ellas los individuos se involucran en las discusiones políticas, expresan sus puntos de vista, comparten información afín a sus posiciones ideológicas, siguen a otras personas similares a ellos y forman comunidades que expresan la forma estructural en la que se organiza la acción colectiva en línea. Todas estas acciones de los usuarios y sus relaciones con los actores políticos y mediáticos convierten a los sitios de redes sociales, como sugieren Calvo y Aruguete, “en enormes sistemas de divulgación de preferencias políticas” (2020, pág. 13).

En los sitios de redes sociales, los investigadores pueden obtener sus datos sin que ello afecte el comportamiento observado de los usuarios. Esta puede ser una gran ventaja de los datos extraídos con herramientas de minería de datos frente a los datos extraídos con métodos convencionales para el análisis de redes sociales. La nula interferencia del investigador es un aporte sustantivo a la neutralidad del instrumento y a la metodología misma, muchas veces afectada por los sesgos implícitos en el diseño, lo que podría aumentar la fiabilidad y validez de los resultados.

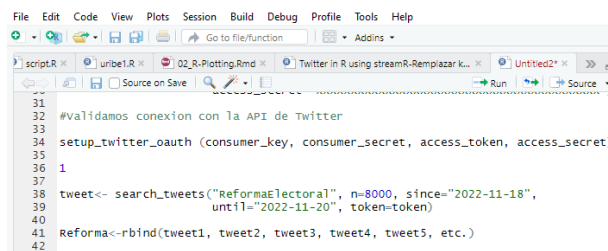
Se extrajeron datos de redes sobre temas políticos que se discutieron ampliamente entre diferentes sectores políticos y sobre la base de quien retuitea a quien se reconstruyeron los sistemas de interacción a los que dieron lugar dichas conversaciones en la red. Esto con la finalidad de estimar si estas conversaciones expresan o no la polarización que se vive en la política colombiana fuera de redes. La investigación se centra en tres eventos clave ocurridos en momentos diferentes pero que alteraron la dinámica de la política nacional: el proceso de paz, la despenalización del aborto y el caso Uribe. Eventos que pueden estar permeados por las divisiones ideológicas que atraviesa la política colombiana desde los tiempos del plebiscito.



Posteriormente, se ejecuta la función `setup_twitter_oauth` con nuestras respectivas credenciales, las cuales no es necesario reescribirlas, simplemente hacemos el llamado con los nombres con los que han sido guardadas en el paso anterior. Una vez realizado este proceso no es necesario repetirlo, sino que nos vamos directamente a la descarga de datos. Validamos la conexión ingresando manualmente el número 1.

Con la función `search_tweets` ya es posible recuperar los tuits que queramos, ingresando el término de nuestra búsqueda que capta el tema de discusión de interés, seguido del número de tuits que se quieren descargar y de la fecha de publicación. Los datos son almacenados en un objeto llamado “dataframe” el cual puede ser nombrado de manera arbitraria, en nuestro caso “tweet”. Por ejemplo, si queremos capturar la conversación sobre la reforma electoral en México solo necesitamos escribir como argumento, “reforma electoral”, en el Script de Rstudio indicando el número de tuits que se desean descargar, las fechas inicial y final de la recolección y el token que hemos creados para conectar con Twitter.

En nuestros casos, le pedimos a RStudios extraer el número máximo de tuits por día (18000). Para capturar la mayor cantidad de tuits posibles, la solicitud se realiza un día o varios días después de la actividad (nueve días naturales como máximo, puesto que después de esos días el programa no arroja resultados). No es recomendable descargar tuits de un mismo día, ya que la actividad sobre un determinado evento aún continua en proceso y produciendo datos.



```
31
32 #Validamos conexion con la API de Twitter
33
34 setup_twitter_oauth (consumer_key, consumer_secret, access_token, access_secret)
35
36 1
37
38 tweet<- search_tweets("ReformaElectoral", n=8000, since="2022-11-18",
39                       until="2022-11-20", token=token)
40
41 Reforma<-rbind(tweet1, tweet2, tweet3, tweet4, tweet5, etc.)
42
```

Finalmente, si los tuits se descargan durante algún tiempo considerable, es necesario almacenarlos en diferentes “dataframes”, nombrándolos de manera distinta para evitar que el programa elimine los anteriormente guardados para almacenar nuevos datos. Una vez sepamos que hemos terminado con el proceso general de búsqueda, almacenamos todos

nuestros tuits en único “dataframe”, sobre el cual trabajaremos en la construcción de la red, con el comando rbind, tal como muestra la imagen de arriba.

#### **4.3.1.1 El corpus de la investigación**

Los procedimientos anteriores se aplicaron para recoger la data observacional que se utiliza para probar las hipótesis de esta investigación. Se recopilaron datos sobre los tres eventos de interés y se reconstruyeron las redes a las que dieron lugar estas conversaciones en la plataforma. En nuestra búsqueda, se introdujeron términos como Acuerdo de paz, aborto y Uribe. Se seleccionaron estos términos por ser políticamente neutrales, pero también porque capturan ampliamente las discusiones sobre los temas de interés. En total se obtuvieron tres bases de datos que contienen información de los diversos actores (políticos, medios, activistas, usuarios comunes y periodistas) que intervinieron la red social Twitter en Colombia. Aunque no son una muestra representativa de la sociedad colombiana, los datos son distintivos de los casos de estudio y, por tanto, una forma de entender cómo se estructuran las relaciones de poder en Colombia en la era de las redes sociales.

Sobre el primer caso, Acuerdos de paz, se recopilaron entre el 26 de noviembre y el 7 de diciembre de 2021 un total de 7634 tuits emitidos por 6593 usuarios colombianos de Twitter, para escoger 2034 que compartieron en 3584 ocasiones mensajes relacionados con el tema. La selección, aunque automática, responde a un criterio simple: fueron los nodos que participaron varias veces en la conversación en torno al proceso de paz (Calvo & Aruguete, 2018).

Sobre el tema del aborto se obtuvieron 47866 tuits emitidos por 29696 usuarios. De todas las cuentas que participaron de esta discusión, se seleccionaron 7426 que son responsables de 14809 tuits. La descarga de los tweets se realizó en tres etapas, por ser estas fases las más álgidas del debate en la Corte Constitucional. La primera comprende el periodo del 12 al 27 de noviembre de 2021. El segundo momento de debate en la Corte ocurrió entre 1 al 10 de diciembre de 2021. Una última fase que registró una actividad muy álgida en Twitter comprende del 9 al 22 de febrero de 2022; durante este periodo definitivo, la Corte emitió su sentencia a favor de la despenalización del aborto.

El último caso corresponde a los datos del caso Uribe. La búsqueda dio como resultado un conjunto de datos que contiene 44386 que tuitearon o retuitearon y 150135



aristas en un periodo de tiempo comprendido entre el 17 de agosto al 17 de septiembre de 2020.

Los recortes temporales responden a la intensidad de la actividad de los usuarios durante esos periodos, la cual fue disminuyendo paulatinamente a partir de entonces, por tanto, no agregarían mayor información al propósito del análisis. Los datos obtenidos aquí mediante herramientas de minería no son una representación precisa de los datos generales de la plataforma para Colombia, pero si esperamos que lo sea de la población de los eventos estudiados. Si bien la selección de datos estuvo condicionada por los sesgos de muestreo de la misma plataforma, este se hizo con base en la descarga masiva de datos mediante una extracción de tipo longitudinal. Se seleccionaron la mayor cantidad de datos disponibles por evento por el periodo en el cual los eventos fueron objetos de discusión pública en la red. En el apartado final se explica más a fondo la justificación de este procedimiento y las limitaciones técnicas que enfrentan los investigadores al momento de obtener datos de Twitter y que pueden afectar la fiabilidad y validez de los mismos.

#### **4.3.2 Armar la red: estimar la centralidad y las comunidades de usuarios**

Una vez se han almacenado los datos en un único “dataframe”, el siguiente paso es armar la red, el cual consiste en aplicar una serie de pasos técnicos sobre la matriz de datos para obtener como producto final un grafo en el que se visualizan los nodos centrales (actores políticos, mediáticos y demás), el conjunto de aristas que salen de cada uno de ellos y las comunidades de pertenencia. En este apartado se explica paso a paso el proceso y las librerías de RStudio con las que se construyeron las redes. Puesto que se recopilaron datos sobre tres eventos, se tienen tres bases diferentes y se construyeron distintos grafos para cada una de ellas. En aras de la simplicidad, se muestra un único ejemplo el cual se aplicó en todas las bases de datos. Los procedimientos técnicos aparecen en el apéndice metodológico

A diferencia de otras funciones de descarga de datos, la función `search-tweets`, con la que se descargaron los datos aquí, al devolvernos 90 variables que contienen información sobre un tuit se perfila como una de las funciones más completas hasta ahora. Las variables van desde el texto del tuit, el autor del tuit, la persona que retuitea, la fecha de publicación, localización, si tiene “favorites”, la fuente, la cantidad de retuits hasta si cuenta con *hashtag* incorporado. De toda la información obtenida, para armar la red solo necesitamos las

variables que contienen el autor original del tuit (`screen_name`), la cantidad de retuit (`retweet_count`), si es un retuit (`is_retuit`) y el texto del tuit (`text`).

```

42
43 ## Creamos la red de retuits seleccionando información sólo de los retuits
44 author<-paste("@", aborto$screen_name[which(aborto[[12]]=="TRUE")], sep="")
45
46
47 retweets<-aborto$retweet_count[which(aborto[[12]]=="TRUE")]
48
49 isretweet<-aborto$is_retweet[which(aborto[[12]]=="TRUE")]
50
51 handles<-str_extract_all(aborto$text[which(aborto[[12]]=="TRUE")],
52 " @[A-Za-z]+[A-Za-z0-9_]+")
53
54 date<-petro$created_at[which(aborto[[12]]=="TRUE")]
55
56 text<-aborto$text[which(aborto[[12]]=="TRUE")]
57
58 n_handles <- sapply(handles,function(x) length(x))
59
60 author.paired<-author[which(n_handles>0)]
61
62
63 handles.paired<-handles[which(n_handles>0)]
64
65 author.retweeted<- sapply(handles.paired, function(x){x[[1]])}
66
67 n_handles.paired<- sapply(handles.paired,function(x)length(x))
68
69 retweets.paired<- retweets[which(n_handles>0)]
70
71 isretweet.paired<- isretweet[which(n_handles>0)]
72
73 text.paired<- text[which(n_handles>0)]
74

```

Como muestra la imagen de arriba, con las variables se van aislando la información de interés hasta obtener dos vectores con información sobre el autor original del tuit y los autores de retuits. Al unir los dos vectores con el comando `cbind` se obtiene el objeto “data” que contiene la matriz de relaciones entre los dos grupos de actores (nodos centrales y periféricos). Posteriormente, usando el paquete `igraph`, que nos permite realizar análisis de redes en R, creamos el objeto “net”. Con el comando `summary` podemos observar la información que contiene nuestro objeto.

```

73
74 ## Generamos la data de la red (díadas)
75
76 data<- cbind(author.paired, author.retweeted)
77
78 library(igraph)
79
80 ## Creamos el objeto red
81 net<- graph.empty()
82 net<- add.vertices(net, length(unique(c(data))),
83 name=as.character(unique(c(data))))
84 net<-add.edges(net,t(data))
85 summary(net)
86

```

Sobre el objeto “net” se aplica el algoritmo Fruchterman-Reingold (`layout_with_fr`) para estimar la ubicación de los nodos en el plano. Como se explicó en apartados anteriores FR es un algoritmo de fuerza dirigida que posiciona cerca a aquellos que retuitean los mismos

usuarios. Paso seguido, se corre el algoritmo walktrap para detectar las comunidades de usuarios dentro de la red. El algoritmo es capaz de detectar los conjuntos de nodos que comparten los mismos atributos.

```

aborto - RStudio
File Edit Code View Plots Session Build Debug Profile Tools Help
Go to file/function Addins
script.R x unbel.R x 02_R-Plotting.Rmd x Twitter in R using streamR-Reemplazar K... x Untitled2* x
v11net,311muesje ee <- degi et(net, mode = "m")
87
88 ## Estimación de la ubicación de los nodos usando "Fruchterman.reingold"
89
90 l<-layout_with_fr(net, grid = c("nograd"))
91
92
93 ## Estimamos las comunidades usando walktrap community detection
94
95 my.com.fast <- walktrap.community(net)
96
97 ## Se mide la centralidad con eigenvector centrality y betweenness
98
99 cent<-data.frame(bet=log(betweenness(net)+1),eig=log(evcnet(net)$vector+1))
100
101 # Se carga el eigenvector
102
103 res<-lm(eig-bet,data=cent)$residuals
104 cent<-transform(cent,res=res)

```

Una vez construida la red, medimos la centralidad de los nodos con la finalidad de conocer la importancia que ocupan ciertos actores, particularmente políticos, medios de comunicación e influenciadores políticos. Como también se explicó más arriba, existen diferentes medidas de centralidad, para nuestros casos, aplicamos la centralidad del vector propio y la centralidad de intermediación. Con la primera, medimos el número de conexiones que tiene un nodo determinado dentro de la red. Con la segunda, de manera complementaria, capturamos cuán importante es un nodo que funge como puente entre otros nodos; es decir, que tan central es ese actor en el proceso de transmisión de información.

```

97 ## Se mide la centralidad con eigenvector centrality y betweenness
98
99 cent<-data.frame(bet=log(betweenness(net)+1),eig=log(evcnet(net)$vector+1))
100
101 # Se carga el eigenvector
102
103 res<-lm(eig-bet,data=cent)$residuals
104 cent<-transform(cent,res=res)

```

Alternativamente, podemos observar las posiciones en el plano de todos los actores que participan de la red, utilizando la función ggplot, un paquete para la visualización de datos en R. Además, también podemos pedirle al programa que nos regrese el mapa de los nodos en archivo PDF, tal como se muestra en el paso de abajo.

```

108 # observamos las autoridades y nodalidades con ggplot
109
110 library(ggplot)
111
112 p<-ggplot(cent,aes(x=bet,y=eig, label=rownames(cent),
113                  colour=res, size=abs(res))>+labs("betweennessCentrality")
114          +ylab("Eigenvector Centrality"))
115
116 ##Graficar en PDF
117
118 pdf(file = "Authority_Graph.pdf", 40, 40, pointsize=8, compress=FALSE)
119 p+geom_text()
120 dev.off()

```

Las redes que se forman en Twitter, por lo general, son redes dirigidas y es probable que en la conexión entre nodos sea necesario distinguir los grados de entrada y salida. Este paso es fundamental para la creación de una data donde aparezcan las autoridades (usuarios más retuiteados) y la cantidad de arista que obtienen en cada mensaje publicado en su muro. Este paso se ejemplifica en la imagen de abajo.

```

120 ## Autoridad y nodalidad, se busca el in-grado y out-grado
121
122 outd<-degree(net, mode="out")
123 ind<-degree(net, mode="in")
124
125 # Opcionalmente, se mide el valor del hub y de la autoridad
126
127 cbind(outd,ind)
128 hubscore<-hub.score(net)$vector
129 authscore<-authority.score(net)$vector
130
131 myauthority<-as.data.frame(cbind(names(outd), hubscore, authscore, outd, ind))
132

```

Hecho el paso anterior, se agregan al objeto “net” a la data con los atributos que se encuentran en el objeto “res” y se seleccionan los nodos centrales solo si los residuales son mayores a 0.07

```

133 # Se cargan la base de datos de los atributos
134
135 V(net)$size<-abs(res)
136 nodes<-as.vector(V(net))
137
138
139 #Se seleccionan autoridades sólo si residuales >=.07
140
141 nodes[which(abs(res)<=.07)]<-NA
142

```

La red puede contener un numero grande de autoridades que al intentar mostrarlas en el plano pueden dificultar la visualización del grafo por superposición. Para evitar este problema es recomendable seleccionar manualmente los nodos centrales que hemos identificado como los más influyentes siguiendo como criterio la cantidad de retuits obtenidos y los proyectamos en el gráfico, de tal manera que sea posible un grafo con mayor visualización. Ingresamos manualmente, entonces, las cuentas de nuestras autoridades tal y como aparece en la imagen y creamos con la expresión “for” una iteración o bucle que nos permitirá repetir la misma operación cada vez en diferentes momentos.

```

142
143 # ingresamos manualmente las cuentas de las autoridades
144
145 my.names<-c("@petrogustavo", "@Alvarouribevel", "@Ivanouque")
146
147 my.label<- rep("",length(V(net)$name))
148
149 for(i in 1:length(my.names)){
150   my.label[which(V(net)$name==my.names[i])<-my.names[i] #nyt
151 }
152

```

Finalizamos asignando colores a las aristas (retuits) y a las comunidades y nuevamente utilizando la librería ggplot graficamos en PDF. Colorear las comunidades es una forma de discriminar los grupos de usuarios dentro de la red. Esto se hace con la finalidad de distinguir ideológicamente las comunidades etiquetadas (izquierda-derecha o gobierno-oposición) dentro de la red, así como los actores identificados en cada lado de la línea que divide a los sub-grupos. Por ejemplo, podemos asignar el color rojo para una comunidad cuyas autoridades se identifican con el lado izquierdo del espectro ideológico y con el color verde aquella comunidad cuyas autoridades comparten ideas políticas de derecha. Esto permitirá al lector una mayor visualización de las posiciones de los actores centrales en la red, las interacciones con sus seguidores (homofilia) y la homogeneidad o heterogeneidad ideológicas de las mismas comunidades.

```

153 ## color beige para las aristas
154
155 E(net)$color <- "beige" #rgb(.5,.8,.7,.4)
156
157 ##Asignar colores por comunidad
158
159 new.color<-data.frame(t(col2rgb(my.com.fast$membership)/255))
160 new.color<-rgb(new.color, alpha=.25)
161
162 ##Graficamos
163
164 pdf(file = "Network_aborto.pdf", 40, 40, pointsize=12, compress=FALSE)
165 plot.igraph(net, vertex.label=my.label, layout=l, vertex.size=log(ind+1)/3.5,
166            vertex.label.color="black", vertex.label.letters=NA,
167            vertex.color=new.color, vertex.frame.color=new.color,
168            edge.width=.01, edge.arrow.size=.5, vertex.label.cex=3.0,
169            edge.curved=0.52, vertex.label.dist=rnorm(length(ind),.2, 1.2))
170 dev.off()

```

Con este último procedimiento concluimos con el armado de la red, en la mayoría de los casos estos pasos son meramente técnicos, pero requieren de cierta meticulosidad por parte del investigador para evitar errores a lo largo del proceso. Un error en cualquier etapa del proceso puede dificultar el resultado final. Como todo proceso de investigación, la visualización de los datos es un paso sumamente importante.

Los grafos de redes nos permiten visualizar las relaciones de los actores (políticos, partidos y seguidores) con sus seguidores (patrones de comportamientos), la importancia del evento o las discusiones políticas a nivel local o nacional que se desarrollaron alrededor de ellos (Pfeffer, 2017), observar aspectos importantes como la homofilia o la heterofilia de estas interacciones y el grado de polarización que alcanza la red expresada en términos de homogeneidad o heterogeneidad ideológicas. Presentamos en los siguientes capítulos los resultados que arrojó el análisis empírico, no sin antes hablar de las limitaciones y pormenores de método utilizado aquí para el estudio empírico de la polarización en línea.

#### **4.4 Razón técnica y metodología de la extracción y manejo de datos de sitios de redes sociales**

En este Capítulo se habló de las ventajas de los métodos basados en la extracción y manejo de datos de sitios de redes sociales para el estudio de la opinión pública y el comportamiento político en línea. Esas ventajas podrían resumirse en los siguientes puntos: 1) la minería de datos permite obtener datos en un contexto en el que ocurren naturalmente, una ventaja superior frente a otros instrumentos de recolección como las encuestas o entrevistas. 2) Esta ventaja minimiza los sesgos implícitos en las técnicas tradicionales (errores de medición y sesgos de deseabilidad social) las cuales pueden inducir las respuestas que el investigador espera. En el caso de las mediciones existentes sobre polarización política, las encuestas se basan en escalas que van de 1 a 10, donde 1 significa izquierda y 10 derecha, los valores intermedios corresponderían al centro del espectro ideológico. Los encuestados podrían verse tentados a elegir estas posiciones intermedias para mostrarse moderados y no ser percibidos como extremistas. 3) Por lo tanto, a través de las herramientas de extracción de datos, el investigador puede obtener datos sin que su instrumento afecte el comportamiento observado de los sujetos investigados y, a partir de esos datos, inferir los atributos individuales y sociales (homofilia, heterofilia) implícitos en su comportamiento. En este caso, la nula interferencia del investigador en la recolección de la información podría considerarse el aporte más sustantivo de las herramientas de minería de datos frente al uso de instrumentos tradicionales. Ventajas que podrían disminuir los problemas de fiabilidad y validez de los datos implícitos a las técnicas de recolección tradicionales.

Aunque estas son ventajas que ofrece una metodología basada en la minería de datos, no podemos minimizar los problemas implícitos en sus instrumentos de recolección y medición. ¿Podrían los datos obtenidos con estas herramientas representar el fenómeno que se está tratando de medir, en este caso la (des)polarización?, ¿la obtención de los mismos podría llevar a plantear las conclusiones que establece el estudio?, ¿los planteamientos metodológicos contrastan con el enfoque teórico que aquí se propone? En primera instancia, habría que referirnos a las limitaciones técnicas impuestas por el mismo instrumento de recolección.

En el caso específico de los sitios de redes sociales como Twitter, existen APIs (Interfaz de Programación de Aplicación) encargadas de otorgar acceso a los datos de los

usuarios. Además de intermediar entre los sistemas, por una parte, el programa estadístico utilizado para la descarga y almacenamiento de los datos y, por la otra, la plataforma, Twitter, estas interfaces también limitan el número determinado de tuits que se pueden descargar, aproximadamente 18000. Una situación que podría afectar la representatividad de los datos, la validez y las inferencias realizadas a partir de ellos (Puschmann & Ausserhofer, 2017; Tufekci, 2014). Se desconocen los criterios técnicos detrás de este mecanismo de selección, automatizado por la misma plataforma. Como investigadores de las interacciones en entornos digitales no tenemos incidencia en la técnica para la selección de la muestra. Como han señalado Ruths y Pfeffer (2014), las muestras aleatorias de Twitter no son aleatorias en el sentido de que el servidor que recopila los datos y las fluctuaciones en el volumen de mensajes tienen un impacto en la aleatoriedad de una muestra.

Aunque hay sesgos de muestreo incorporados en la plataforma, un modo de sortear esta limitación es extrayendo la mayor cantidad de datos disponibles de un evento. Para ello se le solicita al programa el máximo de tuits diarios en cada descarga. El procedimiento se realiza durante el periodo en el que el evento es objeto de discusión pública en la plataforma. Un error que se comete comúnmente es realizar una captura masiva de datos eligiendo un recorte temporal ambicioso. Por ejemplo, pedirle al programa que busque el máximo de tuits que hayan sido publicados entre el 10 y el 17 de septiembre de 2023. Si es un evento con una intensa actividad lo más probable es que la descarga alcance el umbral antes de llegar a la fecha de término de descarga, obteniendo una muestra sesgada de la población que participó en dicho evento.

Lo recomendable es una extracción longitudinal que permita seguir de manera diacrónica el evento y la obtención de la población total (Rodríguez-Cano, 2021). Es preferible que el total de datos permitido para descargar por día se realice para extraer datos únicamente del día anterior a la descarga y no de varios días. De ese modo es posible que los datos obtenidos sean distintivos de los eventos estudiados, más que una muestra representativa de la plataforma o de la población colombiana, el investigador garantiza así que la muestra contenga el total de la población participante, tal y como proponen otros estudios pioneros en el campo (Calvo, 2015; Calvo & Aruguete, 2018; Barberá, 2015).

En nuestros casos de estudio se solicitó ese máximo de tuits (18000) para recoger datos de un día anterior y no de varios días. El número total de datos responden a la intensidad

de la actividad diaria durante cada evento. En algunos casos, particularmente, para las descargas de tuits sobre la discusión política #Uribe, el volumen total de tuits superó el máximo permitido por la plataforma. La descarga diaria de tuits para los otros dos eventos, Acuerdo de paz y despenalización del aborto, estuvo por debajo del umbral de descarga diaria permitida.

Se encontró aquí una limitación técnica establecida por la misma plataforma y que escapa a la lógica de la investigación. Si bien las muestras no son representativas de la población, parafraseando a Barberá (2015), no es crítico que este subconjunto pueda considerarse representativo de ninguna población de interés, ya que solo se usan para examinar si las estimaciones ideológicas resultantes son buenos predictores del comportamiento de los usuarios en la red, es decir si es posible estimar con ellos niveles agregados de polarización en línea.

Otra cuestión crítica que sorteó la investigación fue la de la sobrerrepresentación de ciertos grupos políticos en Twitter. Es probable que la polarización que se observa en la red sea un fenómeno acotado entre élites políticas y simpatizantes que no son representativos de la opinión pública. En esta red, los partidarios son mucho más activos en las conversaciones políticas que el resto de usuarios, por lo que es altamente probable que este sesgo amanece la fiabilidad de los resultados y más problemático aún impida sacar conclusiones sobre la polarización política en la red.

Uno de nuestros objetivos es precisamente superar la tesis que vincula a Twitter con la polarización e identificar tendencias que van más allá de los intercambios polarizados, por lo que la investigación propone, en primer lugar, una segunda hipótesis que toma como supuesto que la red es más que polarización, es también un espacio que aumenta la exposición a información políticamente diversa porque nos conectan con lazos débiles y, en segundo lugar, una selección variada de casos, que van desde discusiones político-partidistas (#Uribe) hasta discusiones que tienen como objeto los derechos humanos sobre la decisión de la mujer sobre su cuerpo. Esperamos que la variedad en la selección de los casos junto con la extracción longitudinal nos permita validar nuestro método y proporcionar fiabilidad a la muestra.

Las inferencias que se hacen con base en las muestras no representarán el conjunto completo de usuarios de Twitter. Más bien a partir de ellas se busca establecer que tan bien



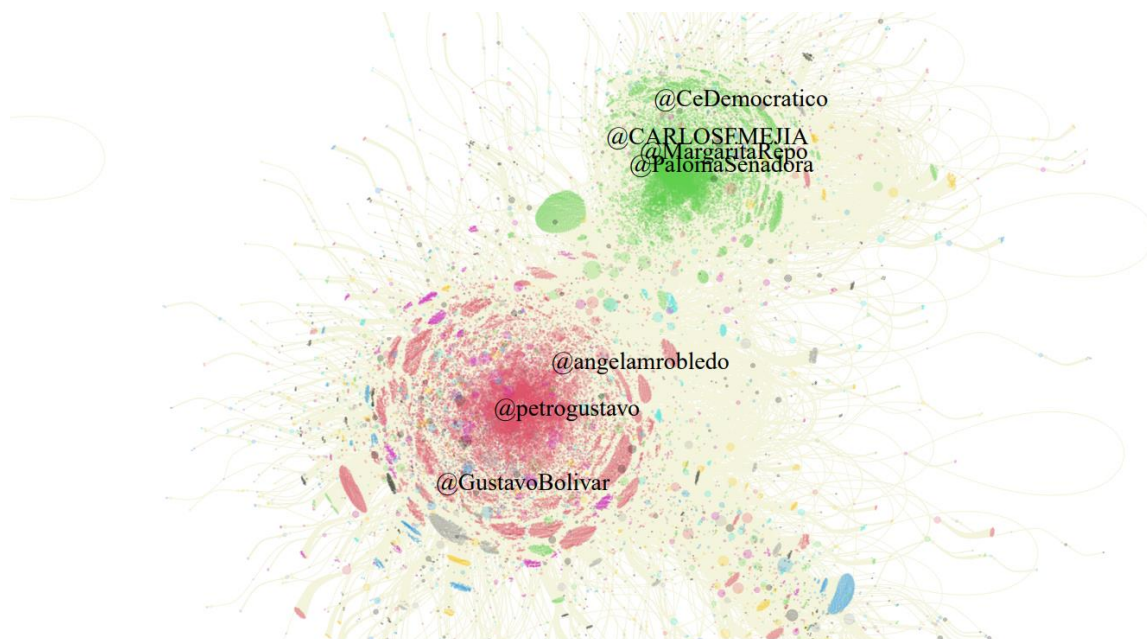
el método utilizado estima las posiciones ideológicas de los usuarios que discutieron sobre los diferentes temas de interés. Al presentar los resultados, limitamos el análisis a aquellos individuos que representan cada evento en Twitter. La validez de las generalizaciones que hagamos al resto de la sociedad, parafraseando a Barberá (2015), está condicionada a la superación de las barreras que limitan la representatividad del debate en esta plataforma. Los resultados obtenidos se presentan en los tres capítulos siguientes.

## CAPÍTULO 5

### El caso #Uribe: una red altamente polarizada

Se empieza la exposición de los resultados con el caso #Uribe. Tal como se visualiza en la Figura 4, el primer hallazgo en este caso demuestra que la conversación se encontraba muy polarizada, con dos comunidades, prouribista y antiuribista, que concentraron en gran parte el intercambio de información. En su mayoría, las interacciones ocurrieron dentro de comunidades afines como lo indican los círculos de colores que describen tanto a los tuiteros (puntos) como a las comunidades (combinación de puntos). Con color verde se visualizan a los usuarios que se posicionaron a favor del expresidente Álvaro Uribe y difundieron mensajes posteados por los actores políticos y mediáticos que aparecieron como principales autoridades en esta comunidad. Los usuarios que, por el contrario, defendieron la decisión de la Corte de dictar medida de aseguramiento al exmandatario se representan con puntos rojos. Dentro de cada comunidad aparecen algunas cuentas de los actores cuyos mensajes fueron masivamente compartidos por sus seguidores.

Figura 4. Mapa básico de la red sobre el caso Uribe



Fuente: Elaboración propia

En el grafo también se aprecia una asimetría respecto al grado de interacción, el tamaño de ambas comunidades expresa niveles de actividad relativamente diferentes. La

comunidad que se pronunció a favor de la decisión de la Corte y respaldó a Cepeda fue más activa en comparación con la que defendía la libertad del exmandatario. Esta diferencia podría, en principio, darnos una idea de la disminución del apoyo que recibe el exmandatario de la sociedad colombiana. Los delitos por los que se le condena, en realidad, son menores en comparación con los casos graves que investiga la justicia colombiana. A pesar de que la actividad de la comunidad de apoyo a Uribe fue relativamente menor, logró agrupar un sector de la sociedad altamente partidista que sigue confiando en la honorabilidad del Uribe y en la gestión que por ocho años desarrolló como presidente de Colombia.

El evento #Uribe confirma la primera hipótesis de esta investigación, la cual sostiene que la red puede facilitar la polarización política en línea cuando los patrones de asociación homofílica y de exposición selectiva partidista entre usuarios determinan la formación de vínculos y el consumo de información política, respectivamente. Lo que crea redes con comunidades altamente cohesionadas ideológicamente, pero con cohesión global débil. En este caso, la polarización estuvo anclada en una lógica partidista e ideológica muy fuerte alrededor de la figura de Uribe y sus opositores. Una situación que sigue reproduciendo la disputa entre personalidades políticas y enfrentando a uribistas vs. antiuribistas.

Como vemos, este fenómeno quedó acotado a ciertos grupos de usuarios (por lo general partidarios) que siguen a aquellos actores políticos con los que se identifican ideológicamente. Como resultado de estos patrones de asociación homofílica y exposición selectiva partidista, la estructura de la red nos devolvió un mapa en las que aparecen dos comunidades distanciadas ideológicamente y en disputa por definir discursivamente el evento en cuestión.

Como lo evidencia la distancia que separa la una de la otra, la interacción entre comunidades fue débil, pero la cohesión ideológica interna de cada una de ellas muy sólida, tanto que podemos distinguir abiertamente sus rótulos ideológicos. La manera en que estos usuarios interactuaron con otros similares favoreció la formación de dos subregiones en la geografía de la tuistósfera. El uribismo es una corriente de derecha que se basa en la ideología política del expresidente. En Colombia esta tendencia es capaz de despertar amor y odio (polarización afectiva) y permear las relaciones sociales de quienes manifiestan interés en la política, odio hacia el exogrupo y fraternidad con el endogrupo. Como se argumentó en el Capítulo 3, es casi imposible pensar la sociedad colombiana actual sin hablar del papel

determinante de una figura como Uribe, cuya guerra contra las guerrillas se convirtió en el eje articulador de su política de gobierno. Sin embargo, los líos judiciales que enfrenta, los escándalos políticos y su supuesta relación con el paramilitarismo han generado desconfianza de cierto sector de la población hacia esta corriente política.

Aun cuando la disputa entre uribistas y antiuribista es un eje que domina la política colombiana y dinamiza la polarización en el electorado, tras la firma del Acuerdo de paz recibió un impulso con el ascenso de la izquierda democrática, marginalizada y estigmatizada por la derecha como aliados de la izquierda armada. Como muestra el tuit de @millersoto, propagado con más frecuencia en la comunidad prouribista, la polarización en torno al caso Uribe no solo tuvo lugar en la dimensión ideológica, sino también en el campo afectivo y semántico.

Imagen 2. Una disputa por la definición del caso



Fuente: Miller Soto, 2020

Pero la polarización se vuelve aún más perceptible cuando se analizan las interacciones que sostienen los usuarios con las personalidades políticas. Por lo general, los actores políticos asumen posiciones ideológicas claras sobre los temas de la agenda política que, como se argumenta en el Capítulo 1, se convierten en potentes señales para que sus seguidores tomen posiciones al respecto. Las redes de retuits que contienen los vínculos políticos que cada usuario establece con los políticos de su preferencia nos permite estimar los patrones de interacción ideológica (homofilia ideológica) y ubicar a los usuarios de

Twitter en el lado izquierda o derecha de la dimensión ideológica, tal como muestran los tuits de los senadores Cepeda y Valencia.

Imagen 3. Posiciones de las élites políticas como señales partidistas, comunidad anti-Uribe



Fuente: Iván Cepeda Castro, 2020

Imagen 4. Posiciones de las élites políticas como señales partidistas, comunidad pro-Uribe



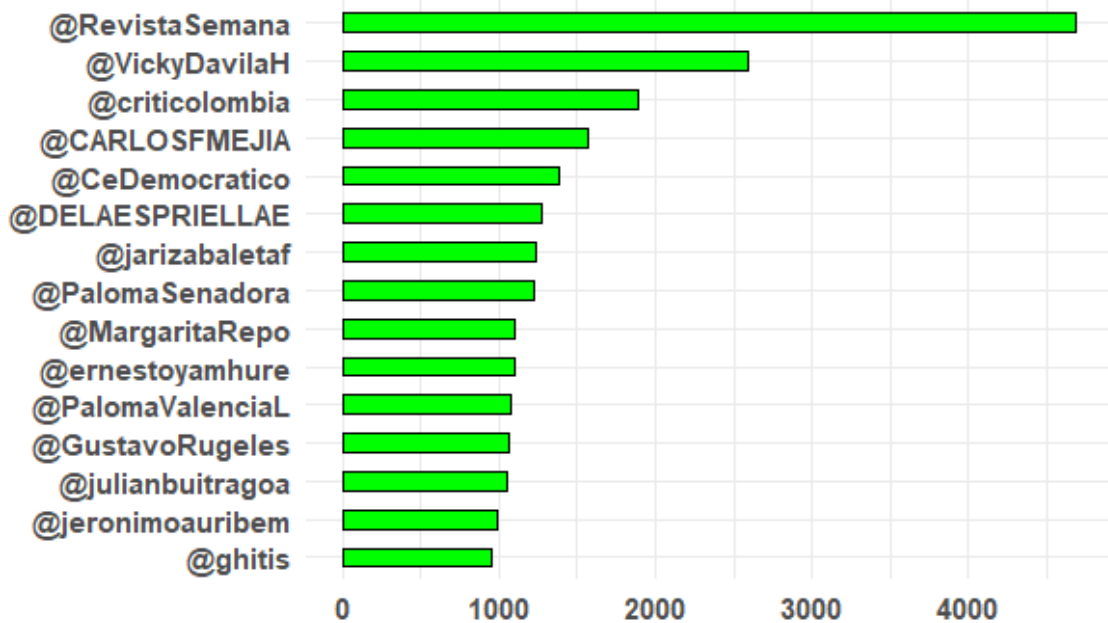
Fuente: Paloma Valencia, 2020

En Twitter, la jerarquía es una característica propia de los diálogos políticos, actores con mayor peso dentro de la red resuenan más en las paredes de la cámara de eco, lo que permite observar cómo unos pocos tuits publicados por un grupo pequeño de usuarios dominan el contenido dentro de las comunidades. Las Figuras 5 y 6 muestran la frecuencia de difusión de mensajes de los quince actores más importantes que se posicionaron como autoridades en cada una de las comunidades. Políticos, medios de comunicación partidistas, líderes de opinión y algunos *trolls* se encuentran entre los usuarios con mayor difusión de contenidos de ambos lados de la grieta.

Como resultado de la presencia de estos actores ideológicamente posicionados en ambos polos, se encontró que la mayoría de sus mensajes políticos fueron compartidos por cada comunidad afín, lo que evidencia aún más que la información sobre este evento se intercambiò principalmente entre personas con preferencias ideológicas similares, es decir con fuertes patrones de asociación homofílica. Las personalidades y medios compartidos de un lado, difícilmente fueron compartidos por el otro, su rechazo rotundo, además de estar motivado por su afinidad ideológica también responde a la tendencia de los usuarios por consumir información política de manera selectiva.

Como muestra la Figura 5, la cuenta del nodo más importante en la comunidad pro-Uribe, cuyos mensajes fueron ampliamente compartidos, corresponde a un medio de comunicación, *Revista Semana*, dirigido por la periodista Vicky Dávila, quien aparece como la segunda autoridad más compartida dentro de esta comunidad. Sorprendentemente, el tercer lugar lo ocupa una cuenta falsa (@criticocolombia), con una frecuencia de difusión que supera los 1500 mensajes. Entre las figuras políticas, destacan Carlos Mejía, exsenador (2018-2020) del partido Centro Democrático, las dos cuentas de la senadora Paloma Valencia, reelegida por el mismo partido para el periodo 2022-2026 y la exrepresentante uribista Margarita Restrepo. Entre los actores institucionales sobresale la cuenta del mismo partido, Centro Democrático. Además, este lado de la red estuvo copado por los mensajes de algunos líderes de opinión claramente de derecha (@DelaEspriellaE, @jarizabaletaF, @ernestoyamhure, @GustavoRugeles, @Ghitis), el hijo del mismo exmandatario (@jeronimoauribem) y cuentas *fakes* (julianbuitragoa).

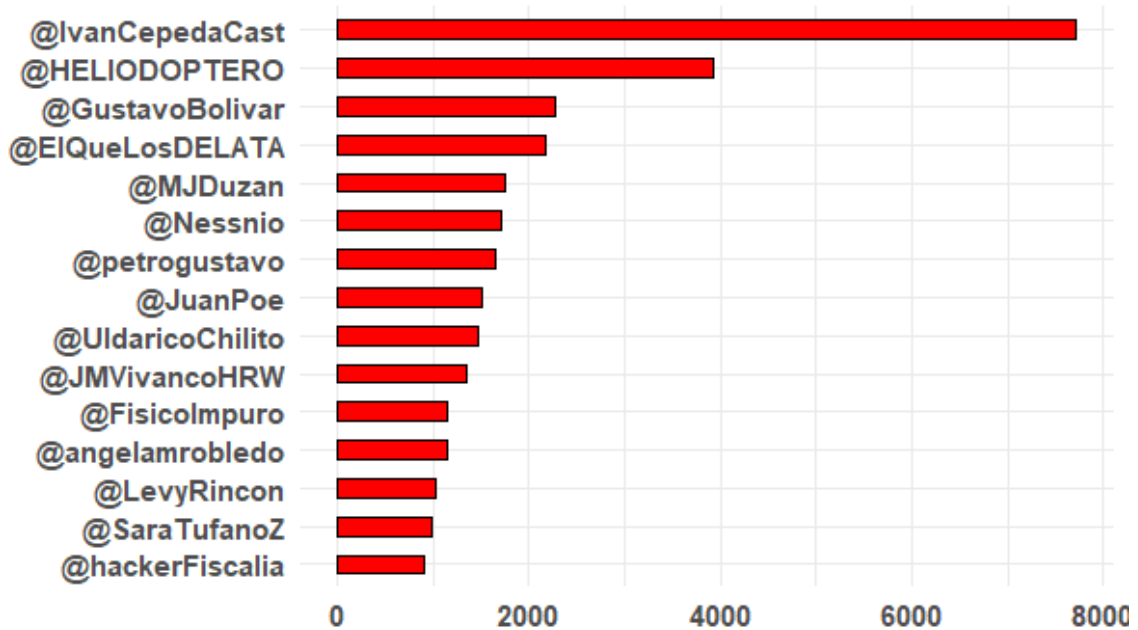
Figura 5. Autoridades de la comunidad Pro-Uribe



Fuente: Elaboración propia

De este otro lado (Figura 6), aparecen actores cuya orientación política es abiertamente de izquierda. En primer lugar, despunta Iván Cepeda, principal demandante en el caso Uribe por los delitos de fraude procesal y soborno a testigos. Sus mensajes fueron compartidos más de 7000 mil veces entre los internautas que apoyaban su causa. En segundo lugar, aparece la cuenta del periodista Gonzalo Guillén (@HELIODOPTERO), cuya posición sobre el caso ha sido de respaldo a la decisión de la Corte y de la causa de Cepeda. Otros líderes de izquierda importantes, que aparecen en esta lista son el exsenador Gustavo Bolívar, Gustavo Petro, actual presidente, y María Ángela Robledo, exrepresentante a la Cámara. Entre otras figuras centrales, se encuentran periodistas de reconocimiento nacional (@MJDuzan), líderes de opinión (@ElQueLosDELATA, @JuanPoe, @UldaricoChilito, @FisicoImpuro, @LeviRincon, @SaraTufanoZ, @hackerFiscalia), defensores de derechos humanos (JMVivancoHRW) y, finalmente, una cuenta falsa (@Nessnio).

Figura 6. Autoridades de la comunidad anti-Uribe



Fuente: Elaboración propia

En la pirámide de difusión de información del caso #Uribe, los líderes de opinión, que suelen estar entre los usuarios más intensos, son los encargados de decir lo que los políticos no pueden y, al hacerlo, llevan la lucha política a un nivel donde el lenguaje y la semántica de la polarización se manifiestan de modo virulento. Su papel es mantener activa la comunidad de apoyo caldeando los ánimos de los usuarios, lo que redundaría en niveles altos de confrontación entre quienes tienen visiones diferentes sobre el caso.

Como muestran los dos ejemplos de abajo, el tuit de Daniel Mendoza fue compartido 2176 veces en la comunidad opositora y el de De la Espriella 2657 en la de apoyo. En ambas publicaciones, la jerga para referirse a personajes del bando opuesto demuestra la disposición natural de los líderes de opinión para insertar en la conversación virtual argumentos pro-uribista o antiuribistas que avivan la confrontación entre sus comunidades de pertenencia y exacerbando la polarización afectiva. En estas comunidades, sus mensajes calan hondo y dado que son congruentes con las interpretaciones que cada una tiene del evento, el papel de sus seguidores es diseminar el mensaje entre sus pares interconectados.



Imagen 5. Tuits más difundidos en la comunidad anti-Uribe



Fuente: Daniel Mendoza Leal, 2020

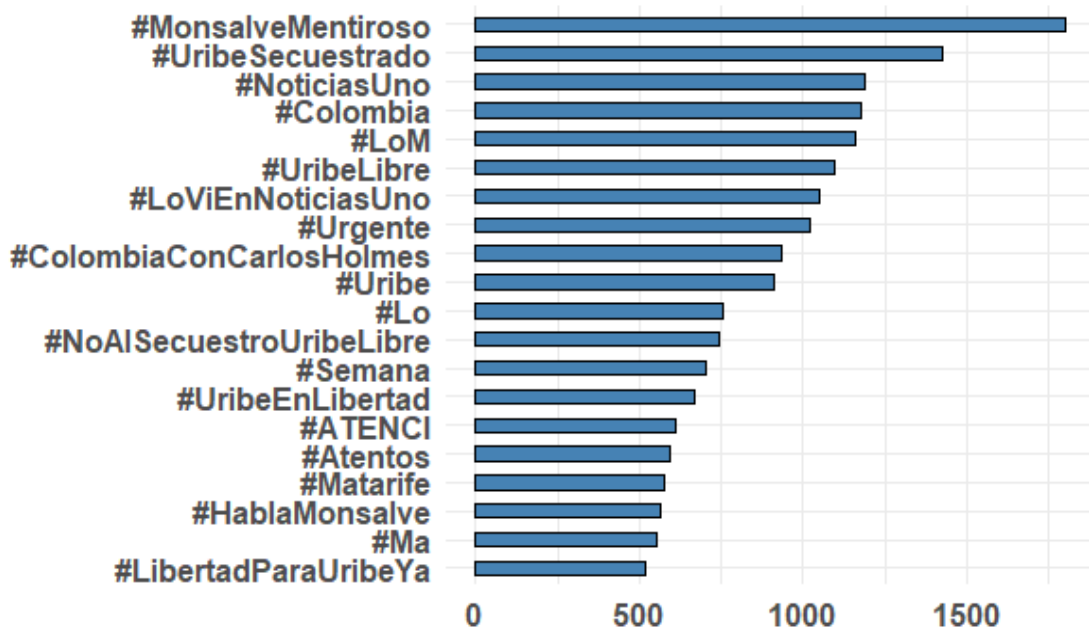
Imagen 6. Tuits más difundidos en la comunidad pro-Uribe



Fuente: De la Espriella Lawyers, 2020

Otro aspecto importante de la dinámica de transmisión de la polarización en la red tiene que ver con el rol que desempeñan las narrativas políticas (señales partidistas) en el proceso de adopción de postura y acceso a información por parte de los simpatizantes. En este caso, se observa que cada comunidad compartió narrativas diferentes sobre el caso Uribe que describían al exmandatario como inocente y como culpable de los delitos indilgados. Para los uribistas, la decisión de la Corte era una estrategia política en coordinación con la izquierda para aniquilar políticamente a Uribe. Como demuestran los *hashtags* #UribeSecuestrado y #NoAlSecuestroUribeLibre en esta comunidad la hipótesis del secuestro pasó a ser común a todos los partidarios del expresidente que exigían #LibertadParaUribeYa y #UribeEnLibertad.

Figura 7. *Hashtags* más compartidos en la red #Uribe



Fuente: Elaboración propia.

Desde esta comunidad, la decisión de la Corte era arbitraria y violatoria de los derechos de cualquier individuo de defenderse en libertad. Por tal motivo, con estas etiquetas que circularon por varios meses, pudieron tematizar el caso como un secuestro, como lo demuestra el tuit de @ElRepublicano09, refiriéndose a la Corte como el Cartel de la toga. Un caso de corrupción judicial que salpicó a la Corte Suprema de Justicia en 2017, en el cual algunos magistrados de ese entonces fueron acusados de los delitos de cohecho y concusión.

Imagen 7. #LibertadPararUribeYa



Fuente: El Republicano, 2020

El *hashtag* #LibertadParaUribeYa, difundido más de 500 veces, fue promovido después que la periodista Vicky Dávila a través de *Revista Semana* diera a conocer lo que sería el expediente completo sobre el caso. Por su parte, la comunidad opositora no tuvo mucho éxito en la movilización de *hashtags*, a excepción de #Matarife, la mayoría de las etiquetas que aparecen en la Figura 7 son en apoyo al exmandatario.

Imagen 8. #Matarife



Fuente: Romarosa, 2020

Aunque los conceptos de densidad (conexión hacia dentro de las propias comunidades) y dispersión (desconexión entre comunidades) que muestra el grafo de la Figura 4 explican muy bien la polarización en la red en términos de distancia ideológica, los *hashtags* políticos brindan información adicional sobre el comportamiento polarizado de los usuarios. Describen la manera coordinada en la que se interconectan entre sí y crean tendencias en apoyo a sus propias narrativas políticas. Las etiquetas son promovidas por los mismos partidarios para movilizar y tematizar sus propios argumentos sobre el caso. En otras palabras, son vectores importantes que revelan información sobre la dinámica de la

polarización, de tal suerte que nos permiten ahondar sobre aspectos importantes del fenómeno que no podemos ver con la visualización de redes.

Finalmente, con el caso Uribe se evidencia que la polarización en la red es un fenómeno acotado a ciertos grupos fuertemente partidistas que siguen la política de cerca y filtran información de acuerdo con los puntos de vista que se forman sobre los temas del debate público. No hay duda que redes sociales como Twitter posibilitan estos mecanismos y, en el proceso, acentúan la conducta polarizada de quienes simpatizan con una u otra fuerza política. Tal y como nos muestra la Figura 4, en este entorno, los vínculos que forman los usuarios reciben un estímulo de los filtros personalizados que los segregan en regiones opuestas de la geografía de la red de acuerdo con sus patrones de consumo de información política y homofilia ideológica.

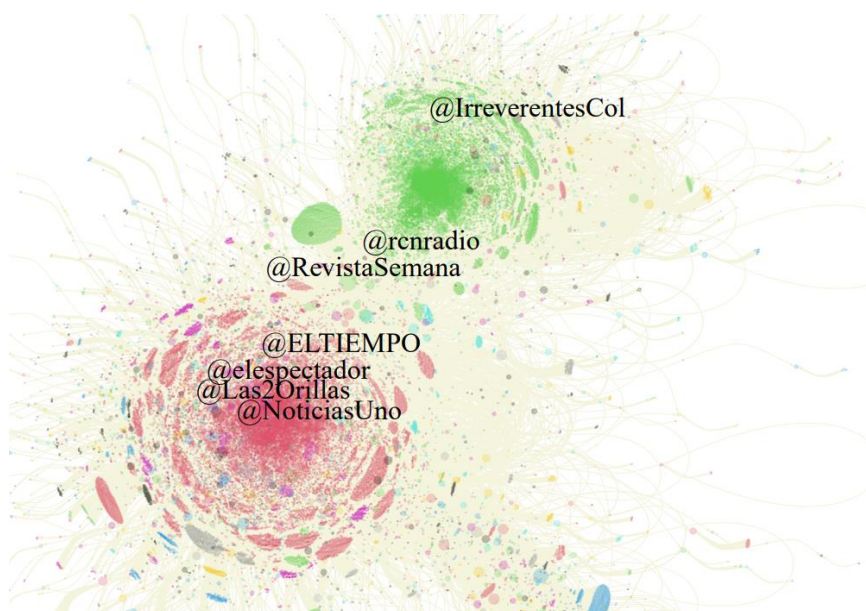
El caso también nos demuestra que la polarización en Colombia sigue anclada en las personalidades políticas. Uribe sigue siendo una figura central como lo fue en el Acuerdo de paz y en las elecciones de 2018. A su alrededor ha podido constituir una fuerza política capaz de reconfigurar la opinión pública y crear divisiones. El caso no solo refleja la disputa por la culpabilidad o inocencia del líder, sino más importante aún el modo en que se estructura la política colombiana actual, los partidos políticos hoy juegan un papel menor en comparación con el personalismo político que ha encontrado en los sitios de redes sociales una nueva forma de manifestarse y robustecerse cada vez. Otro actor importante son los medios de comunicación, a continuación, se analiza el papel que desempeñaron en este caso en particular.

### **5.1 Evaluando el papel de los medios en el caso Uribe**

Esta investigación se basa en el caso Uribe para evaluar también el papel de los medios en contextos de polarización. En este caso, se está particularmente interesado en conocer si los medios masivos produjeron contenidos para públicos segmentados políticamente o para públicos diversos. Como sugiere el hallazgo anterior, las comunidades ideológicamente homogéneas crean un entorno de información en el que solo reciben noticias de ideas afines. No obstante, una parte importante de los contenidos informativos que circulan dentro de ellas provienen de medios de comunicación que, generalmente, los usuarios insertan en función de la cercanía que perciben con sus creencias políticas.

Se eligió un grupo de medios muy activos durante los meses del caso Uribe para conocer si sus líneas editoriales eran cercanas a las posiciones de las comunidades en cuestión, se describen la ubicación de estos medios en la Figura 8. En el caso #Uribe, *Revista Semana*, *RCN Radio* e *Irreverentes Colombia* se constituyeron en las principales fuentes de información para los uribistas. *Noticias Uno*, *El Espectador*, *Las 2 orillas* y *El Tiempo*, por otro lado, se convirtieron en lo propio para la oposición.

Figura 8. El mapa de los medios en el caso Uribe



Fuente: Elaboración propia.

En lo tocante a estos medios, y en lo que respecta al caso Uribe específicamente, en la Figura 8 se observa que sus líneas editoriales fueron ideológicamente congruentes con las preferencias políticas de los usuarios de ambas comunidades. En esta nueva ecología informativa, cuyos algoritmos facilitan la formación de agrupamientos sociopolíticos altamente cohesivos, es más fácil para algunos medios crear contenidos mediáticos que alimenten los hábitos informativos de los usuarios. Allí la activación de contenidos noticiosos por parte de usuarios ideológicamente intensos es, en comparación con la lógica de consumo de grupos sociales moderados, un fuerte incentivo que aumenta la circulación dentro de la red.

La exrepresentante uribista Margarita Restrepo valida su opinión del caso Uribe con un reposteo de un video publicado por *Revista Semana* del cual infiere que quien cometió los

delitos de compra de testigo fue el senador Cepeda y no Uribe. El tuit fue compartido 856 veces y obtuvo 852 “Me gusta”. Del otro lado, un influyente tuitero progresista cita a Daniel Coronell, un periodista que ha seguido de cerca la evolución del caso, para legitimar sus sospechas de sesgo sobre la cobertura mediática por parte de *Revista Semana* y su propaganda a favor de Uribe. El tuit tuvo una frecuencia de retuiteo cercano a los 2000 y obtuvo una ventaja significativa en cantidad de “Me gusta” en comparación con el tuit de la exrepresentante.

Imagen 9. Propagación de contenidos mediáticos pro-Uribe



Fuente: Margarita Restrepo, 2020

Imagen 10. Propagación de contenidos mediáticos anti-Uribe



Fuente: Gustavo Velásquez, 2020

Un tuit con un hipervínculo publicado desde la cuenta de *Noticias Uno*<sup>5</sup> cuyo contenido se refería a la ratificación del vínculo entre Uribe y el paramilitarismo por uno de los testigos más importantes del caso fue compartido 987 veces. Gran parte de la batalla mediática consistió en darle crédito, por una parte, a las declaraciones de los testigos del caso como Juan Guillermo Monsalve o Carlos Eduardo López alias Caliche, y desvirtuarlos, por la otra, como prueban el tuit de *RCN Radio* y *Noticias Uno*.

Imagen 11. Tuit de Noticias Uno sobre el caso Uribe



Fuente: Noticias Uno, 2020

Imagen 12. Tuit de RCN Radio sobre el caso Uribe



Fuente: RCN Radio, 2020

<sup>5</sup> Es un noticiero transmitido desde 2019 por el canal de televisión Cablenoticias y durante el caso Uribe fue la fuente de información más importante para la oposición, quienes veían en #Semana un medio sesgado, carente de objetividad y en favor de Uribe.

En general, cada comunidad apoyaba sus argumentos en alguno de estos medios y cada medio se especializó en proponer marcos interpretativos que favorecieran las narrativas de cada una de ellas. En otras palabras, en la definición del caso, estos medios fueron parte esencial de la batalla política entre uribistas y antiuribistas. Las coberturas mediáticas fueron congruentes con las narrativas que dominaron en cada una de las comunidades.

*Irreverentes Colombia*, *Revista Semana* y *RCN Radio* describieron a Uribe como una víctima del sistema judicial y a través de entrevistas a terceros y al mismo Uribe buscaban desvirtuar toda declaración en contra del expresidente y hacer ver ante la opinión pública que la decisión de la Corte de ponerlo preso era un acto ilegal que violaba el debido proceso. Por su parte, los medios opositores al uribismo como *Noticias Uno*, *El Espectador* y *Las 2 Orillas* destacaban en sus titulares las declaraciones hechas por exparamilitares que relacionaban al exmandatario con la creación de grupos paramilitares, acentuando implícitamente la culpabilidad del exmandatario por los delitos juzgados. Aunque fue más compartido en la comunidad opositora lo cierto es que, en relación con los otros medios, la línea editorial de *El Tiempo* fue relativamente moderada.

Para los antiuribistas, los medio que compartían eran una fuente de información objetiva sobre el caso, pero lo mismo podría decirse de quienes se encontraban del otro lado, que veían en *Revista Semana* el único medio capaz de develar la verdad sobre la persecución política contra su líder natural. Como bien muestran los tuits citados abajo (Imágenes 13 y 14), estos medios produjeron información que atendían a lectores políticamente polarizados. Lo cual prueba que las preferencias de los usuarios sí afectaron las líneas editoriales de las organizaciones mediáticas produciendo noticias que tenían en cuenta sus preferencias sobre el caso.



Imagen 13. Tuit difundido en la comunidad pro-Uribe



Fuente: Ramsés II, 2020

Tal y como muestra la Figura 5, *Revista Semana* superó en propagación de contenidos a los mismos políticos de dicha comunidad. Su estrategia mediática consistía en apelar a las declaraciones de personalidades comprometidas con la ideología uribista, satisfaciendo de esa forma la demanda informativa de una parte importante de los lectores en línea. Este aumento en el consumo y circulación de contenidos mediáticos es recompensado por métricas digitales que informan cuan bien recibida ha sido en el entorno digital, medida en términos de *retweets*, *likes* y *followers*. En Twitter, *Revista Semana* supera los más de 5 millones de seguidores, cifra que dobla la cantidad de seguidores de *Noticias Uno*.

Imagen 14. Tuit propagado en la comunidad anti-Uribe



Fuente: Celso Crespo, 2020

Por supuesto que las decisiones editoriales de los medios responden también a intereses políticos, cuya simpatía con determinada ideología los conduce a propagar contenidos en esa dirección. En el sistema de medios colombiano actual, subsiste lo que Waisbord (2017) denomina “patrimonialismo mediático” de favores y prebendas mutuas entre empresas y Estado. *Revista Semana*, por ejemplo, fue fundada por el expresidente Alberto Lleras Camargo en 1946 y en 1982, después de un periodo de inactividad, fue refundada por el periodista Felipe López Caballero. Durante este segundo periodo, la revista se destacó por el periodismo de investigación y destapó sonados escándalos políticos y de corrupción en el Estado colombiano.

En 2020, fue comprada por el Grupo Gilinski<sup>6</sup> y comenzó para la revista un proceso de transformación de la mano de su actual directora Victoria “vicky” Dávila. Bajo la nueva dirección se impulsó la migración hacia el entorno digital y un cambio radical en su línea editorial que terminó con la renuncia de gran parte de los periodistas que hicieron de la revista un medio respetable en el campo de la investigación periodística. De corte liberal que fue por décadas, se convirtió en un medio cercano a la derecha conservadora afín a ideologías políticas como la del uribismo.

En el marco de la controversia, la revista mantuvo una cobertura férrea en defensa de la inocencia del expresidente, columnas de opinión, entrevistas con gente cercana al

---

<sup>6</sup> El Grupo es un conglomerado empresarial y bancario dirigida por Jaime Gilinski y comprende varias empresas entre ellos medios de comunicación como *Semana* y *Periódico El País*.

uribismo, primicias sobre el evento y hasta pruebas que demostrarían la inocencia del exmandatario. Como sugiere el tuit de la misma Dávila con un hipervínculo que dirige a sus lectores hacia un artículo de opinión en el que afirma que después de revisar el expediente del caso no encontró una prueba reina en su contra y solo hay un mar de versiones que chocan entre sí (Dávila, 2020).

Imagen 15. La verdad del caso Uribe



Fuente: Victoria Dávila, 2020

Otro caso que ejemplifica muy bien esta relación entre medios y política es *RCN Radio*, una cadena radial propiedad de la Organización Ardilla Lülle, un grupo empresarial fundado a principios de la década de los cincuenta por el empresario colombiano Carlos Ardilla Lülle y a la cual pertenecen otros medios nacionales como *Canal RCN* y el diario *La República*. En las elecciones presidenciales de 2002 y 2006, Ardilla Lülle aparece como uno de los principales aportantes a las campañas del entonces candidato Uribe Vélez.

Del otro lado de la brecha, *El Espectador*, un periódico fundado a finales del siglo XIX por el periodista Fidel Cano Gutiérrez y dirigido actualmente por Fidel Cano Correa, quien declara que el medio tiene una línea editorial políticamente neutral, ante el caso, no pudo ocultar su talante antiuribista, siendo señalado por el uribismo como sectario por el desconocimiento de la presunción de inocencia de su mentor (Imagen 16). Durante los gobiernos de Uribe Vélez (2002-2010), el medio fue uno de los más críticos de la política de Seguridad Democrática, dejando claro que disentía de los ideales políticos del entonces presidente.

Imagen 16. El periódico *El Espectador* y el caso Uribe



Fuente: Paloma Valencia, 2020

Indudablemente, los ejemplos descritos anteriormente muestran que los acuerdos políticos y económicos de los medios con quienes detentan el poder impiden preservar criterios puramente periodísticos en la toma de decisiones editoriales. Es inevitable, en estos casos, la influencia de las consideraciones extraperiodísticas en la dirección de brindar un periodismo equilibrado, más aún cuando son propiedades de grandes conglomerados corporativos.

Este caso demuestra que cuando los medios se alinean con las élites políticas habilitan determinados contenidos en una u otra dirección según convenga a sus propios intereses. Estos medios contribuyeron a agudizar la polarización en torno al caso Uribe. Como muestra la Figura 8, al igual que con los actores políticos, los usuarios también identificaron a periodistas y organizaciones mediáticas en lugares muy distintos del mapa político colombiano. Los medios operan en un entorno informativo y comunicacional en el que los algoritmos alimentan dietas informativas personalizadas, facilitan la circulación de contenidos mediáticos entre pares interconectados y posibilitan el monitoreo de la recepción de los mismos. Estos procesos se constituyen en bienes redituables que son explotados cuando estallan eventos o crisis políticas como el caso Uribe.

En el transcurso de este evento, los medios amplificaron las narrativas políticas que le dieron cohesión interna a las comunidades. Los intercambios de contenido mediático en el

interior de cada una de ellas ponen en evidencia la congruencia editorial e ideológica de dichas organizaciones frente al caso. Sin duda, el aumento de la actividad mediática en este caso contribuyó a cementar divisiones que apuntalaron la polarización política en la red.

En cierto sentido, la red #Uribe también nos permitió ver la batalla mediática que tuvo lugar en ambos lados de la grieta. Durante el tiempo que el caso fue objeto de discusión pública, en el transcurso del gobierno Duque, se observa como los medios masivos, al igual que los actores políticos y líderes de opinión pública intervinieron la red y tomaron posiciones que eran congruentes con los argumentos de los usuarios de alguna de las comunidades en las que quedaron posicionados como autoridades informativas. Este caso demuestra que la polarización mediática es congruente con las divisiones discursivas que se manifiestan en una red polarizada como la del caso Uribe.

En definitiva, el caso prueba que las narrativas que fueron compartidas masivamente y utilizadas estratégicamente por las autoridades para movilizar a las comunidades agudizaron la lucha política entre quienes guiados por sus simpatías y preferencias ideológicas veían en el exmandatario un culpable o un inocente. La galvanización de estas narrativas se tradujo en una mayor segregación política, que fue automatizada por los procesos de clasificación algorítmica de Twitter. Aun cuando las autoridades de cada comunidad abandonen el campo de batalla, la polarización se mantiene porque las narrativas en conflicto ya están instaladas, activadas y movilizadas por las partes.

Vemos en la segregación de los usuarios de Twitter en distintas comunidades una fuente de polarización política en línea, que no depende únicamente de los procesos estructurales de transmisión de información codificados en las tecnologías de la red sino también, y más importante aún, de los mecanismos que impulsan a los usuarios a asociarse e interactuar con personas similares a ellos y a consumir información que solo refuerzan sus preferencias políticas. En lo que respecta a este punto, este primer hallazgo demuestra que bajo ciertas condiciones la automatización y la clasificación algorítmica pueden amplificar estos procesos y facilitar la formación de agrupamientos sociopolíticos ideológicamente homogéneos.

En este mapa de relaciones, cada individuo desempeña roles específicos: mientras los actores políticos mandan sus señales, los medios habilitan contenidos que son embebidos en cada comunidad afín, los líderes de opinión mantienen la confrontación insertando mensajes

agresivos y diciendo lo que a los políticos les está vetado, agudizando con ello la polarización afectiva y, por último, los partidarios desempeñan en esta pirámide el papel de propagadores de los mensajes que les llegan desde arriba.

La estructura bimodal de la red #Uribe no solo es el reflejo de una disputa discursiva por definir el caso, sino también el resultado del mapa de relaciones que entablan dentro del marco político el gobierno y la oposición en su lucha por el poder. El contexto de esta confrontación es el del gobierno Duque, elegido en 2018 como presidente por el partido Centro Democrático y pupilo de Uribe. Hubo en esta disputa una correlación de fuerzas con miras a la contienda electoral de 2022. Sin duda, aunado con el mal desempeño del gobierno Duque, el caso debilitó el poder político del uribismo en su carrera hacia las presidenciales.

En conclusión, el ensamblaje de actores y redes presente en el caso Uribe muestra cómo estas relaciones ofrecen una ventana para mapear la polarización y conectar los actores políticos que disputan en su lucha por el poder. La polarización, desde luego, atraviesa lo que pasa en la plataforma y está anclada en las lógicas ideológicas y personales de quienes encuentran en este fenómeno un aliado en su persecución de sus objetivos políticos. Sin embargo, el caso demuestra que la personalización de la política se acentuado con más fuerza y que la sociedad colombiana sigue estando dividida en torno a estas personalidades tal cual como refleja la red de #Uribe. En el próximo capítulo se evalúa cómo estas mismas redes, culpadas de polarizar al electorado, pueden facilitar del mismo modo otras dinámicas donde la polarización queda en los bordes de la cámara de eco.

## CAPÍTULO 6

### **#AcuerdoDePaz: una red con bajo nivel de polarización**

La dinámica de interacción puesta al descubierto en el caso Uribe nos enseña que las preferencias de los individuos por asociarse con determinados actores y consumir determinados medios son patrones que establecen la dirección en la que se mueve la red. Con base en esta dinámica, los algoritmos de segregación se encargan de reforzar la conducta de los participantes mostrándole contenidos y usuarios que son similares a ellos en términos ideológicos. Cuando trasladamos este mecanismo al mundo político no se puede dejar de pensar en las consecuencias, la segregación dentro de la plataforma es un facilitador de la configuración de estructuras reticulares de grupos políticos opuestos. Cuanto más partidario sea, más fácil es que el usuario de Twitter se deje llevar por los procesos de automatización que definen el entorno digital.

No obstante, hay individuos que deciden romper con el filtro burbuja y, al hacerlo, alteran el mapa en el que habitan. Esto sucede cuando deciden seguir personas ideológicamente diversas y prefieren consumir información política de ambos lados para tener una opinión más informada sobre la política o el evento en cuestión. Cuando los usuarios toman estas decisiones se producen reconfiguraciones en el orden topológico de la red.

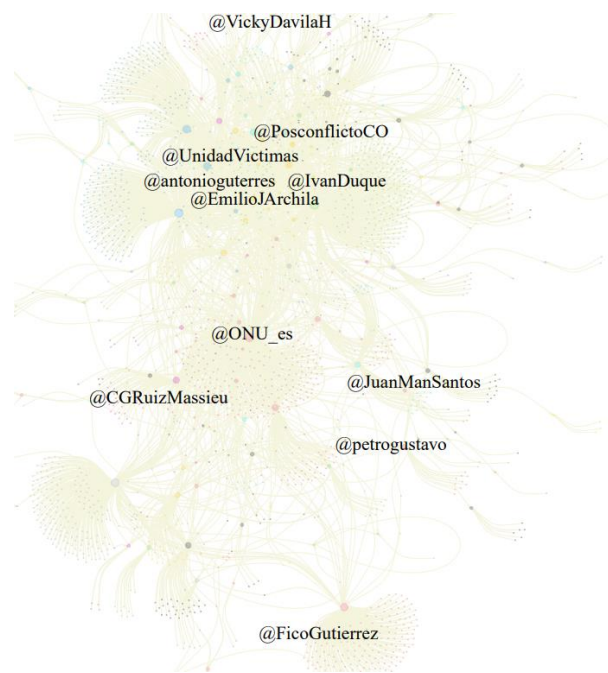
En este Capítulo se prueba, con base en datos de la red #AcuerdoDePaz, la hipótesis que sostiene que los mismos mecanismos estructurales que facilitan la conducta polarizada pueden facilitar otras formas de interacción donde la polarización queda en los márgenes de la red. Si estos algoritmos, bajo ciertas condiciones, posibilitan la formación de estructuras bimodales, probablemente podrán favorecer la constitución de entornos multimodales bajo otras. Sobre la base del supuesto de la teoría de la fuerza de los lazos débiles, se argumenta que estos nodos al interactuar con otros ideológicamente heterogéneos permiten la conexión con nueva información que puede reducir el efecto de la polarización en la red.

En consecuencia, las redes no polarizadas mostrarán niveles de segregación ideológica nula o moderada. Como se explica en el capítulo teórico, para demostrar empíricamente este planteamiento, la investigación se apoya en dos métricas. En primer lugar, en la formación de comunidades alternas (multimodales) que rompen con la dinámica bimodal de las redes polarizadas. En segundo lugar, la presencia de actores ideológicamente

diversos que estructuran grupos de discusión en diferentes espacios de la tuitósfera que impiden que la red se bifurque.

El grafo de la Figura 9 muestra la estructura de la conversación sobre el Acuerdo de paz después de 5 años de haberse firmado. La forma que expresa esta red se aproxima a la imagen de un diálogo con diversos focos de opinión. En otras palabras, en lugar de un intercambio ideológico polarizado se observa un intercambio de información cruzado. En efecto, el algoritmo Waltrap detectó cinco comunidades que hablaron sobre el proceso de paz. La presencia de diversos actores de la escena política nacional e internacional opinando sobre el tema generó una dinámica que permitió superar los límites ideológicos de la política colombiana actual y facilitar la formación de comunidades paralelas.

Figura 9. Mapa básico de la red Acuerdo de Paz con sus respectivas autoridades



Fuente: Elaboración propia.

Al comparar la estructura de esta red con la del caso Uribe, se aprecia que no hay una distancia visible entre las comunidades de usuarios en término bimodal, a excepción de las dos pequeñas comunidades que formaron en los extremos de la red el excandidato presidencial Federico Gutiérrez y la periodista Vicky Dávila, de las cuales se hablarán más adelante. Como se discutió en el Capítulo 2, las redes polarizadas son ideológicamente cohesivas, tanto que no admiten la discusión con pares opuestos, lo que las vuelve irreconciliables y lleva a que los usuarios se refugien en sus propias posturas y en la



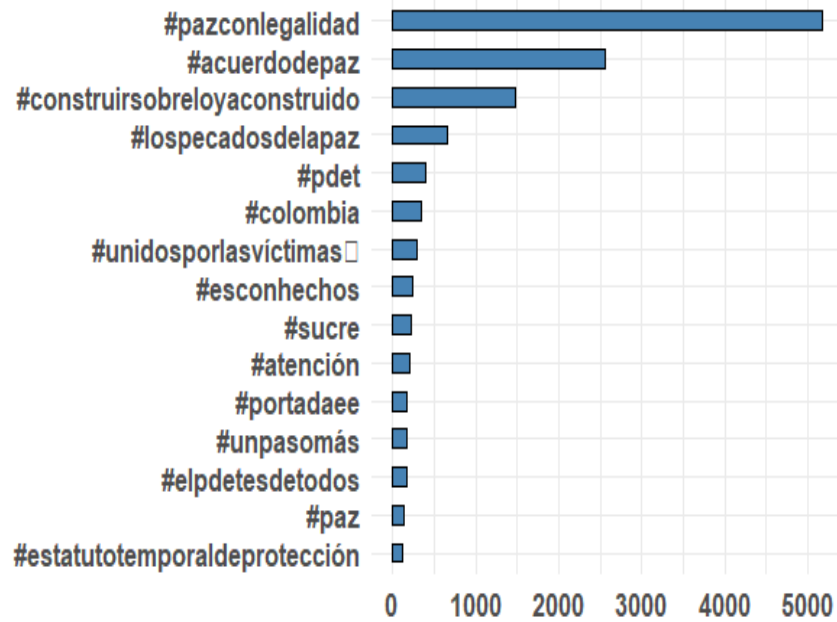
uniformidad de su propia comunidad. Ese fenómeno produce, en consecuencia, una cohesión global débil. Las redes no polarizadas se caracterizan por un patrón inverso, ya que tanto los nodos centrales como los periféricos son propensos a dialogar con actores ideológicamente diversos.

Pueden existir divergencias dentro de la red, por supuesto este evento no es la excepción como se muestra a lo largo de este Capítulo. En Twitter, en lo tocante a la actividad política, es difícil encontrar una discusión que se asemeje a un diálogo nacional, donde todas las partes estén de acuerdo. Estudios empíricos han encontrado este último tipo de diálogos, pero en eventos que caen fuera del mundo político (Barberá y otros, 2015). Siguiendo la literatura especializada, para que se active la polarización debe haber un movimiento hacia los polos de una distribución bimodal, en la cual la dispersión de preferencias entre grupos queda atrapada cerca de los polos ideológicos y este fenómeno es, verdaderamente, inobservable en el caso de la red #AcuerdoDePaz, pero claramente observable en la red #Uribe.

Aquí, la usual guerra de posiciones que caracterizó a la red #Uribe no se reprodujo, aun cuando hubo intentos por parte de ciertos actores de polarizarla a su favor, la heterogeneidad de las actitudes se superpuso. Por consiguiente, durante el tiempo que duró este evento, la discusión se mantuvo en diferentes focos atenuando la fuerza de los nodos más intensos que buscaban que la interacción quedara atrapada solo en dos puntos de la red.

La comunidad que dialogó alrededor de la figura del entonces presidente Iván Duque (2018-2022) no hablaba de Acuerdo de paz sino de “Paz con legalidad”. Una política con la que el exmandatario enmarcaba los resultados de su gobierno en materia de paz. Como evidencia la Figura 10, #pazconlegalidad fue la etiqueta más propagada en la conversación sobre el Acuerdo. Esta comunidad también fue la autora de otros *hashtags* muy difundidos por ese entonces como #construirsobrelaconstruido. Con esta etiqueta el gobierno Duque mandaba un mensaje a la sociedad colombiana, a saber, que no sería un obstáculo para avanzar en el proceso de paz y que continuaría trabajando en la implementación del Acuerdo desde donde había quedado el gobierno anterior.

Figura 10. Los hashtags más difundidos en la red #Acuerdodepaz



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, Paz con legalidad fue una política pública construida unilateralmente desde su propia visión de la Firma del Acuerdo, por lo que fue señalada por los críticos como una implementación selectiva de lo pactado entre el Estado y las FARC para hacer coincidir algunos puntos del Acuerdo con su plan de desarrollo. En su intervención ante el Consejo de Seguridad de la ONU, el 12 de abril de 2022, Duque destacaba los principales avances de su política en lo relativo a reincorporación de los excombatientes, reparación integral a víctimas, Plan de Desarrollo con Enfoque Integral (PDET), desminado, seguridad, sustitución de cultivos ilícitos, desarrollo rural y enfoque de género, como muestra el tuit de la Imagen 17.

Imagen 17. Avances de la política Paz con legalidad



Fuente: Iván Duque, 2022

No obstante, la creciente violencia en algunas regiones del país durante su gobierno, el asesinato sistemático de excombatientes firmantes y el avance fragmentado y no integral fueron materia de preocupación para el Consejo de Seguridad de la ONU. La crítica más fuerte llegó desde Rusia, cuando su embajador Vassily Nebenzia sostuvo que “Paz con legalidad no fue aprobado por el Consejo de Seguridad”.

De las cinco comunidades estimadas, la comunidad progobierno fue la más grande de todas, de la cual no solamente participó Iván Duque sino también otros miembros de su gobierno a través de cuentas personales como la del Alto Consejero Presidencial para la Estabilización y Consolidación, Emilio Archila, (@EmilioJArchila), e institucionales como la cuenta del Alto Comisionado para la Paz (@ComisionadoPaz), en cabeza de Juan Camilo Restrepo, la de la dirección de la Unidad para las Víctimas, (@UnidadVictimas), dirigida por Ramón Rodríguez y la cuenta de la dirección de la Unidad de Implementación del Acuerdo de Paz (@PosconflictoCo).

En Colombia, el cambio de denominación que tuvo el Acuerdo durante el gobierno Duque y el marcado contraste entre lo efectivamente implementando y lo discursivamente destacado constituyeron el fuerte de la crítica de los defensores del proceso de paz, de la oposición y de las organizaciones de derechos humanos. Como lo evidencia el tuit de la Federación Internacional por los Derechos Humanos. De este lado, se insistía en la falta de voluntad del gobierno Duque en la búsqueda de una implementación integral.

Imagen 18. #AcuerdoDePaz



Fuente: Federación Internacional por los Derechos Humanos, 2021

Además, la comunidad que se opuso a Paz con legalidad, prefirió hablar de Acuerdo de Paz. Aunque no obtuvo un nivel de propagación como el *hashtag* promovido por la comunidad progobierno, #acuerdodepaz fue difundido más de 2500 veces. Entre las figuras políticas más importantes de esta comunidad, la propaz, se encuentran el expresidente Santos (@JuanManSantos) y el actual presidente Gustavo Petro (@petrogustavo).

Durante las negociaciones, la izquierda fue una de las corrientes políticas que mayor apoyo y respaldo brindó al gobierno Santos. Iván Cepeda, quien fue uno de los actores centrales en el caso Uribe, fungió de facilitador del proceso de conversaciones entre el gobierno y las FARC. Entre los compromisos políticos del actual gobierno con la paz, el de Gustavo Petro, está el de implementar integralmente el Acuerdo y continuar con los diálogos con otros movimientos guerrilleros como el Ejército de Liberación Nacional (ELN). Un diálogo que había también iniciado con el gobierno Santos y que durante la presidencia de Duque había quedado en suspenso.

La apuesta del actual presidente, Gustavo Petro, sobre el particular es convertir la búsqueda de la paz en una política de Estado, por lo cual su propuesta política es lograr lo que ha denominado “Paz total”. La política de Paz total, según sus visionarios, no es excluyente en el sentido de que su objetivo es negociar con todos los grupos armados ilegales (de izquierda o de derecha) que estén dispuestos a dejar las armas y someterse a los acuerdos posibles que resulten de las conversaciones. Otro eje central de esta política es que se consiga un diálogo vinculante, donde las comunidades que han estado históricamente en medio de la

confrontación sean quienes participen activamente en la elaboración de propuestas que tengan como objetivo el desarrollo de la paz en sus territorios.

En consecuencia, ningún hecho histórico ha acercado a la centroderecha colombiana y alejado a la derecha radican con la izquierda como el Acuerdo. De ahí que en el mapa político de la red #AcuerdoDePaz podamos ver la cuenta de Juan Manuel Santos cerca de la de Gustavo Petro, pero alejada de la de Iván Duque. Tampoco ningún acontecimiento histórico había dividido profundamente la derecha política como el Acuerdo. Dentro de esta colectividad, desde el primer gobierno de Uribe, la política adoptada por consenso era el sometimiento a la justicia de los actores beligerantes por medio de la derrota militar. Consenso que Santos rompió cuando decidió iniciar un proceso de negociación a través del diálogo.

Por otra parte, mientras los usuarios colombianos de Twitter hablaban de los logros, los fracasos y la necesidad de fortalecer el Acuerdo, una acción coordinada para polarizar la discusión provino de los medios de comunicación. *Revista Semana* buscaba darle un giro a la conversación invitando a la audiencia a comentar las flaquezas del Acuerdo con el *hashtag* #LosPecadosDeLaPazSon. El 26 de noviembre de 2021, la directora del medio, Vicky Dávila, entrevistó al general en retiro Jorge Enrique Mora, quien formó parte de la comitiva negociadora del gobierno Santos en la Habana como representante de las fuerzas militares, uno de los principales actores del conflicto colombiano. Pese a su participación, el general Mora siempre fue un crítico acérrimo de lo pactado. El año en el que se cumplía el quinto aniversario del Acuerdo, Mora publicaba su libro *Los pecados de la paz*, en el cual revelaba, según lo dicho en la entrevista, documentos y conversaciones inéditas sobre la negociación.

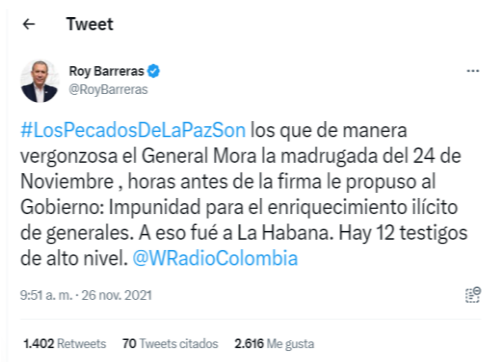
Imagen 19. #LosPecadosDeLaPazSon



Fuente: Revista Semana, 2021

Si bien hubo un acto perlocucionario con la activación y propagación de un *hashtag* antipaz, los actos de impugnación por parte de la comunidad propaz cortaron perpendicularmente la trayectoria del *hashtag* y desfiguraron su sentido primario. Como muestran las imágenes 20 y 21, entre los que salieron al paso están el expresidente del Senado, por el Pacto Histórico, Roy Barreras y el excandidato presidencial Camilo Romero. Junto a Mora, Barreras formó parte de la delegación del gobierno en los diálogos de paz. En realidad, el *hashtag* promovido por *Revista Semana* y la periodista Vicky Dávila, como muestra la Figura 10, alcanzó un nivel de propagación relativamente alto, pero fue debido a la visibilidad que le dieron los integrantes de la comunidad propaz, el cual pusieron a jugar a su favor.

Imagen 20. #LosPecadosDeLaPazSon



Fuente: Roy Barreras, 2021

Imagen 21. #LosPecadosDeLaPazSon



Fuente: Camilo Romero, 2021

Desplazada al extremo superior de la red (ver Figura 9), la interacción dentro de la comunidad que se formó alrededor de Dávila fue débil y su efecto en la dinámica topológica de la red bastante raquítico. En esta ocasión, la derecha antipaz y sus medios aliados, que en otros eventos desempeñaron un papel esencial en la propagación de contenidos mediáticos y políticos polarizantes, quedaron desplazados en los márgenes de la red con poco campo de acción para instalar la narrativa antipaz. A lo anterior, se suma la baja integración entre *Revista Semana* y el gobierno Duque, al seguir con una línea editorial que se desmarcaba de la estrategia comunicacional de Paz con legalidad.

También en el extremo inferior de la red, se divisa la comunidad de Federico Gutiérrez, excandidato presidencial en 2022 y un crítico acérrimo del Acuerdo, su dominio en la conversación fue sustantivamente menor como para activar la polarización. Siendo uno de los candidatos presidenciales con más opciones de llegar a segunda vuelta, Gutiérrez estratégicamente adoptó una postura antipaz, quizá con la esperanza de sumar votos en este sector de la sociedad colombiana que durante los tiempos del plebiscito fue una oposición robusta que contribuyó a que Duque llegara al poder.

No obstante, cinco años después de la Firma, el contexto era uno completamente diferente. En este nuevo escenario, la discusión pública ya no giraba en torno al Sí y No que impuso el plebiscito y dividió a la sociedad colombiana en dos campos, sino más bien giraba en torno a la implementación de los puntos del Acuerdo. Como se puede inferir del tuit de @lopezjosedaniel, citando las palabras que el excandidato expresó en una entrevista en el

noticiero del *Canal RCN* el 19 de noviembre de 2021, el discurso antipaz de Gutiérrez quedó completamente descontextualizado y descentrado de la conversación en línea.

Imagen 22. El discurso anti-paz de Gutiérrez



Fuente: José Daniel López, 2021

Una quinta comunidad que participó activamente de esta conversación fue la comunidad internacional, desde sus cuentas institucional (@UNU\_es) y personales el Secretario General de esta entidad, António Guterres (@antonioguterres), y el Representante Especial del Secretario General de la ONU en Colombia, Carlos Ruiz Massieu, (@GGRuizMassieu), reconocieron los avances del gobierno Duque en la materia, no sin advertir, en su momento, el riesgo que podría significar para la consecución del Acuerdo el resurgimiento de la violencia en las regiones afectadas por el conflicto (Naciones Unidas, 2021).

En el mapa de la Figura 9, se observa la cuenta del Secretario General ((@antonioguterres) cerca del duquismo a causa de que esta comunidad fue la encargada de retuitear los contenidos subidos en la red desde esta cuenta. Después de la visita de Guterres a Colombia, en el marco de la conmemoración de los 5 años del Acuerdo, los simpatizantes progobierno difundieron los tuits del secretario selectivamente, solo aquellos donde se elogiaba a su juicio, la política de Paz con legalidad. Como muestra la imagen del tuit de Guterres, la mayoría de sus publicaciones dentro de Twitter fueron moderadas y sin ningún



objetivo político específico. Como actor externo y veedor del proceso no puede tomar postura política en un tema de interés nacional. Su función es velar porque el Estado cumpla lo pactado y sugerir recomendaciones que vayan en ese sentido.

Imagen 23. Discurso del Secretario General de la ONU sobre los 5 años del Acuerdo de Paz



Fuente: António Guterres, 2021

Con excepción de la comunidad de Fico Gutiérrez y la de la periodista Vicky Dávila, las cuales sostuvieron posturas más radicales en torno al Acuerdo, la discusión se mantuvo en un tono relativamente moderado. La centralidad de actores propaz y progobierno, que lograron aglutinar a usuarios moderados, generaron en la red una sinergia que interceptó las intenciones comunicativas de quienes buscaban dinamizar la polarización. Si bien #LosPecadosDeLaPazSon no logró su objetivo perlocucionario, al menos pudo aglutinar un sector, que ha venido disminuyendo, pero que sigue mostrando inconformidad con lo pactado entre el Estado y las FARC.

No hay duda de que el Acuerdo de Paz aún sigue generando disenso, después de más de 5 años de discusión. Sin embargo, con el tiempo, el debate se ha disgregado en grupos pequeños incapaces de constituirse en una gran fuerza nacional y absorber el resto de los grupos que muestran cierta inconformidad. El intento sin éxito de Fico Gutiérrez es el ejemplo más notorio de canalización de este descontento. En el marco del periodo preelectoral 2022, donde la mayoría de los candidatos buscaban conectar con las preocupaciones de la sociedad, el discurso de Fico de reestructurar el Acuerdo para que los

excombatientes pagaran por los crímenes cometidos en el marco del conflicto no tuvo la acogida de los tiempos del plebiscito.

Por otro lado, la presencia de la comunidad internacional aún sigue siendo de vital importancia en la etapa de implementación como lo fue en la etapa de negociación, su respaldo evita que los intereses antipaz se consoliden y erosionen el proceso. Pues su poder de agencia actúa como un mecanismo de veeduría que ejerce control institucional por fuera de los canales nacionales. Aunque de manera selectiva, la presión de la comunidad internacional llevó al gobierno Duque a trabajar en la implementación y a mostrar resultados en la materia.

La conversación virtual, desde luego, reflejó estos múltiples desacuerdos que quedaron plasmados en la estructura de la red. Cada comunidad expresó, desde su orilla política, su postura sobre el tema central: la implementación de lo pactado. La presencia de diversos actores, individuales e institucionales, hablando del proceso de paz evidencia la ausencia de polarización sobre un tema que en el pasado abrió una abertura profunda en la sociedad colombiana. El uribismo, que durante el gobierno Santos fue oposición y actor principal de la polarización de aquel entonces, cuando fue gobierno se replegó en la comodidad de su silencio, dejando una vacancia mediática que fue ocupada por otros actores políticos y dejando, de igual forma, la defensa en la política comunicacional del gobierno Duque.

En otras palabras, se encontró en este caso que la homofilia ideológica en la propagación de contenidos relacionados con el Acuerdo fue baja, con una conversación articulada en múltiples focos y diferentes autoridades que expresaron poca división política. Las comunidades más controversiales quedaron ubicadas en los márgenes de la red (la de la periodista Vicky Dávila y la del excandidato presidencial Federico Gutiérrez), mientras que el grueso de la conversación quedó ubicado en el centro de la misma, siendo la comunidad más grande la formada alrededor de la figura del entonces presidente Iván Duque, con nodos que conectaron las comunidades de tamaño mediano como la internacional y la propaz.

La intervención en la red de la comunidad progobierno fue más de propaganda gubernamental sobre su propia política en materia de paz, que prefirieron estratégicamente bautizar Paz con legalidad. Una acción que denota el desacuerdo que tuvieron con el Acuerdo y no tanto la intención de construir sobre lo construido. A meses de terminar su mandato y

con las elecciones legislativas y presidenciales a cuestas, el gobierno Duque buscaba abrirle el camino electoral a su propio partido. De ahí el afán por mostrar resultados positivos sobre la implementación. Con los ojos de las instituciones nacionales e internacionales puestas sobre el gobierno, el campo de acción para maniobrar en contra de la paz quedó reducido, de ahí que propusieran una estrategia propaz propia y venderse como amigos de la paz.

Mientras dos de las comunidades que participaron de la conversación virtual adoptaron posiciones extremas sobre el Acuerdo, el resto de la red mantuvo la heterogeneidad de las actitudes. En este caso, Twitter nos devolvió un mapa más coherente con una conversación heterofílica que se separa de la visión tradicional de cámaras de eco partidistas de la red #Uribe. Después de 5 años de la Firma, era de esperarse este nuevo escenario que se desmarcaba de la polarización de los tiempos del plebiscito, lectura que no pudieron hacer los actores antipaz.

En realidad, nos encontramos con un contexto diferente donde la disputa central ya no era si se acordaba o no lo pactado sino más bien si se estaba logrando una implementación integral o no, sobre el cual existían diferencias profundas entre los gobiernos saliente (Juan Manuel Santos) y entrante (Iván Duque). El cambio de gobierno y el nuevo escenario político que comenzaba con la era Duque son fundamentales para comprender los bajos niveles de polarización en torno a la paz. La división radical que produjo en principio la negociación ocasionó un desgaste en la sociedad colombiana que lo único que se esperaba del Acuerdo era lo prometido: la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera.

De ahí que la conversación en línea en torno a los 5 años de la Firma se articulara alrededor de diversas voces que no solo hacían el balance respectivo, sino que también fungían como representantes de la demanda social a favor de la implementación integral. Aunque a su modo, el expresidente Duque centraba su discurso en el esfuerzo que había hecho su gobierno para lograr la puesta en marcha del Acuerdo. Por su parte, el ala más radical del Centro Democrático guardó silencio, esperaban que, con el regreso de su partido al poder, por lo menos hubiese una renegociación de los puntos más controversiales del proceso.

Aunque la oposición férrea que hicieron contra el Acuerdo fue un factor importante en su triunfo electoral de 2018, como gobierno las cosas fueron diferentes. Después del fracaso del plebiscito y su trámite vía congreso, el Acuerdo logró no solo un apabullante

apoyo a nivel nacional sino también internacionalmente, lo cual constituyó una barrera que impidió que Duque y su partido político, Centro Democrático, lo volvieran trizas, como le había prometido a su electorado el sector más radical del uribismo si volvían al poder.

En efecto, podría decirse que uno de los primeros actos del gobierno Duque en esa dirección fue objetar seis puntos de los 159 artículos de la ley estatutaria que le daba a la Jurisdicción Especial para la Paz el aval para iniciar con sus funciones de administrar justicia transicional. Después de que la Corte Constitucional rechazara las objeciones gubernamentales, Duque finalmente tuvo que sancionar sin cambios la ley. Las respuestas que recibió del entramado institucional no le dejaron más opciones que instituir e implementar su propia visión del Acuerdo, Paz con legalidad.

Revisamos este contexto para explicar la dinámica de este evento social en la red y yendo más lejos comprender porque #AcuerdoDePaz fue una red con bajos niveles de polarización, a pesar de que en el pasado fue un tema altamente polarizante como muestra el Capítulo 3. Nos encontramos con un escenario político en el cual los principales actores expresan posiciones compartidas y la heterogeneidad en la opinión pública es consecuencia de ello. Hay un corrimiento hacia el centro de la red que recoge gran parte de las interacciones entre usuarios, dejando a los extremos aislados del eje central de la conversación.

En el capítulo metodológico se define la intermediación como una medida de centralidad. Los actores que cumplen con esta función tienden a ser los nodos puentes que conectan a las distintas comunidades al estar en el camino más corto para llegar a otros nodos. La red #AcuerdoDePaz estuvo copada por diversos nodos de este tipo que en términos políticos representan la pluralidad ideológica que se expresó en la conversación sobre los 5 años del Acuerdo. Esto facilitó un intercambio de información más fluido entre comunidades y evitó que la distancia partidista observada en la red #Uribe se reprodujera en la conversación virtual sobre el #AcuerdoDePaz.

En conclusión, el objetivo específico de este capítulo consistió en probar que no existe una contradicción en los estudios que demuestran que existen dinámicas estructurales de la red que inducen la polarización con aquellos que demuestran lo contrario. El argumento aquí con respecto a esta discusión es que la red, así como facilita la formación de redes polarizadas donde los usuarios solo interactúan con información y actores políticos con los que están de acuerdo en el plano político, puede en la misma medida facilitar otras formas de intercambio

e interacción donde la polarización es nula o relativamente moderada. Tal cual nos demuestra la red #AcuerdoDePaz, estos intercambios heterogéneos amplían el diálogo entre comunidades y activan información novedosa entre pares interconectados.

## CAPÍTULO 7

### **#AbortoLegal: cuando la dimensión social polariza**

Para evitar que la investigación fuese tachada de sesgo por seleccionar dos casos en la dirección de la teoría, se ha hecho este ejercicio complementario para probar la efectividad del planteamiento central; a saber, que las redes como Twitter pueden facilitar tanto formas de interacción que inducen la polarización como otras que la cortan de manera tajante. Los resultados hallados en la red sobre el aborto revelan un caso paradigmático, en el cual los patrones de interacción son el reflejo, en gran parte, de la homofilia, pero no de tipo ideológico como se esperaba encontrar. Este tipo de asortatividad que le da estructura a la red fue producto del activismo social.

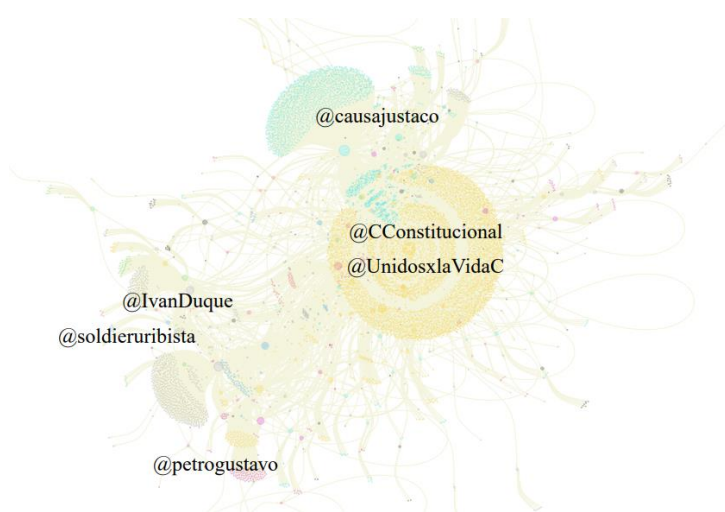
Se explica este fenómeno a partir del concepto de rotación parcial de Calvo y Arugete (2020). A diferencia de los casos #Uribe y #AcuerdoDePaz, las comunidades que pujaron para definir el tema del aborto en la red no venían del mundo político, ni de los medios de comunicación nacionales, eran usuarios que venían del activismo, del feminismo y de las organizaciones sociales que se posicionaron a favor y en contra del aborto. Aunque, como se verá, hubo algunos intentos por capitalizar el evento políticamente, el grueso de la conversación quedó ubicado fuera del eje izquierda-derecha que caracterizó a la red #Uribe.

La conformación de comunidades, como se discutió en el capítulo metodológico, no es un criterio suficiente para definir la polarización política en la red, por lo que se requiere del análisis de otros factores que aporten información complementaria sobre la dinámica de organización e interacción que se observan en los grafos. Por tanto, las etiquetas políticas que comúnmente se asignan a las comunidades (izquierda-derecha, gobierno-oposición) y que permiten estimar el nivel de polarización política en la red, tienen como base la identificación de actores políticos que participan activamente del evento en cuestión y adoptan posturas al respecto, invitando a sus redes de seguidores a posicionarse en la misma dirección, según la teoría de las señales partidistas.

De acuerdo con lo anterior, se pudo determinar que las dos cuentas más compartidas en las comunidades, proaborto y provida, no pertenecían a ningún partido político y, más importante aún, que sus luchas a favor y en contra del aborto eran ajenas al mundo político. Como bien muestra el mapa de la Figura 11, las dos comunidades que dominaron la conversación en línea fueron la comunidad azul (proaborto), dirigida por el movimiento

Causa Justa por el Aborto (@causajustaco) y la comunidad amarilla (provida), liderada por la organización Unidos por la Vida Colombia (@UnidosxlaVidaC). La disputa por construir un relato hegemónico sobre el tema y conformar en ese sentido una agenda colectiva en las redes sociales quedó atracada en un espacio alejado de la confrontación ideológica, lo que demuestra que los intentos, por parte de los actores político, de apropiarse del tema no tuvieron, en realidad, mucho éxito.

Figura 11 Mapa básico de la red sobre la despenalización del aborto



Fuente: Elaboración propia.

La dimensión ideológico-partidista subsistió, pero a un costado de la red y con reducido dominio para influir en la confrontación social. Se observa en la parte izquierda de la gráfica dos comunidades pequeñas, negra y rosa. La primera liderada por el expresidente Iván Duque que se posicionó en contra del aborto y la segunda capitalizada por el actual presidente Gustavo Petro la cual adoptó una postura a favor. Ambos líderes representan posiciones distinguibles en el espectro ideológico (izquierda-derecha).

Sin embargo, sus comunidades quedaron descentradas de la discusión principal, lo que generó un bajo nivel de división según líneas partidistas. En este caso, la polarización más significativa se observó entre las dos comunidades más grandes, lideradas por activistas, feministas y organizaciones de la sociedad civil. Sin duda, la discusión pública sobre la despenalización del aborto estuvo muy poco ideologizada, lo cual nos lleva a definirla como un caso de polarización social, y no tanto ideológica, cuya confrontación respondió

principalmente a una división natural de la sociedad y no debido a posiciones políticas enfrentadas.

En los estudios sobre polarización política en redes sociales, se ha introducido el concepto de “rotación parcial” para explicar porque ciertos temas quedan descentrados de las autoridades habituales y atenúan los efectos polarizantes de la ideologización. Calvo y Aruguete (2020) argumentan que las redes rotan cuando los usuarios se enfocan en aquellos temas que son prioritarios en una dimensión ajena a la ideológica. En el campo político, la dimensión ideológica tiende a estructurar gran parte de las interacciones en las redes sociales, como observamos en los casos #Uribe y #AcuerdoDePaz. Por la centralidad que ocupa esta dimensión en las discusiones políticas suele recibir el nombre de “dimensión primaria”.

Sin embargo, las redes pueden contener otras dimensiones por fuera de este eje y organizar discusiones igualmente importantes como muestra la red sobre la despenalización del aborto en Colombia. Esta otra dimensión es denominada “dimensión secundaria” y su presencia dentro de una red explica en gran medida las razones por las cuales las divisiones partidistas que tienden a organizar el conflicto político se ven seriamente debilitadas e impedidas para activar la polarización política. Como muestra el caso, la polarización ideológica quedó relegada a los márgenes de la red y con poca influencia para instalar la usual guerra de posiciones.

Si observamos una red como un sistema y las dimensiones que capturamos a través de un tema de interés como parte de ese sistema, podemos dar cuenta como las autoridades que en un evento eran fundamentales para definirlo en otros no parecen tan relevantes. Los nodos que en una dimensión fueron centrales van perdiendo su influencia cuando las redes rotan hacia otras dimensiones (deporte, cultura, etc.). Según Calvo y Aruguete (2020) estas redes conservan la misma topología y los mismos usuarios, pero son singulares porque rotan y quedan ubicadas fuera del eje dominante del campo político. El papel protagónico de colectivos de la sociedad civil como Causa Justa y Unidos por la Vida concentraron la discusión sobre el aborto y desplazaron a los actores políticos que estamos acostumbrados a ver cada vez que en las redes emergen eventos de gran envergadura.

Desde esa perspectiva, los tres casos de estudio analizados en esta investigación serían parte de un mismo sistema de red que ha rotado por lo menos tres veces. Como puede observarse en los tres mapas centrales de estos capítulos (Figuras 4, 9 y 11) hay cuentas de

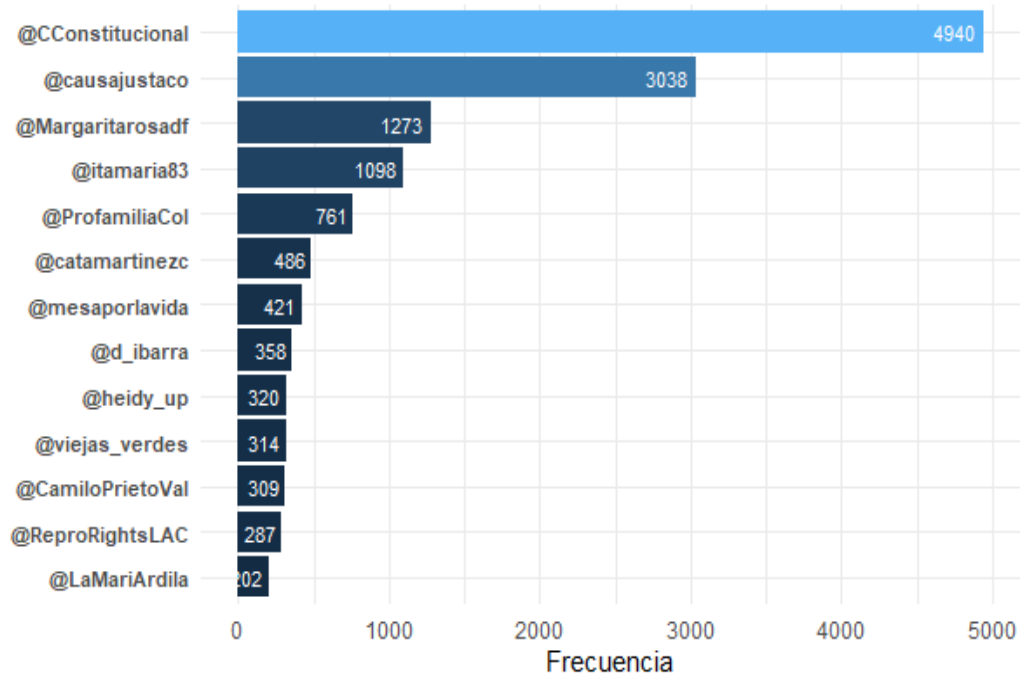


usuarios que siguen apareciendo dentro del sistema, aunque su influencia, como se ha venido insistiendo, ha disminuido como consecuencia de esta rotación, son los casos de Iván Duque y Gustavo Petro. Cuando las redes rotan aparecen otros usuarios que son usualmente inactivos en un eje, pero activos en otro.

La rotación coloca la centralidad en otros nodos, pero no deja de ser en el fondo un fenómeno impulsado por la dinámica de interconexión de los usuarios. Por lo general, esto sucede cuando los temas de debate tienen alguna relevancia individual o social para los participantes, por lo que entran de lleno en la batalla por definir discursivamente el caso a su favor, atrayendo a otros usuarios que comparten la misma visión sobre el mundo social en disputa. En algunos casos, este fenómeno tiende puentes para que las comunidades ideológicamente enfrentadas expresen posiciones compartidas, dado que nos encontramos con aquellos nodos que son ideológicamente heterogéneos.

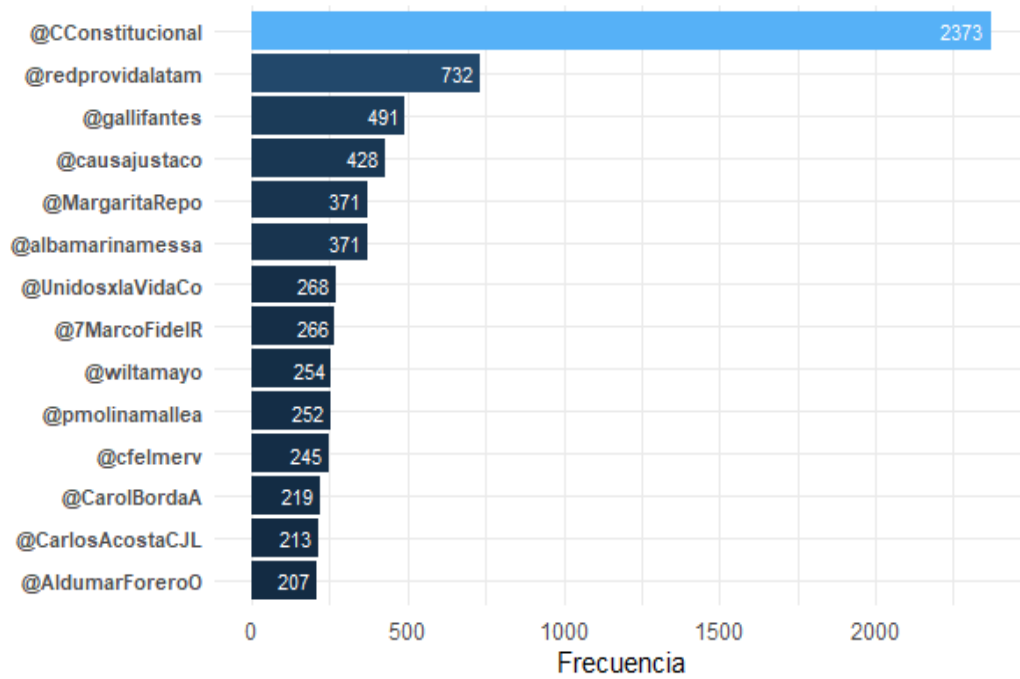
Por ejemplo, si observa detalladamente el gráfico de la Figura 11 encontrará que una parte de los usuarios de la comunidad proaborto interactuó con usuarios de la comunidad provida, esto se explica porque el nodo puente que conecta a ambas comunidades es la cuenta de la Corte Constitucional (@CConstitucional), la cual fue retuiteada masivamente por ambas partes. Estos nodos producen un efecto en la estructura de la red, disminuyen la distancia que separa a las comunidades cuando la confrontación es de tipo ideológico. Al ser la Corte un nodo definitorio en el caso, la postura de los magistrados debía ser neutral y la decisión tomada ajustada a los criterios constitucionales y no ideológicos. Como muestran las Figuras 12 y 13, la cuenta más compartida fue precisamente la de la Corte Constitucional, la cual fue masivamente acompañada por las etiquetas #cortevoteno y #cortevotesi.

Figura 12. Cuentas más retuiteadas en la comunidad pro-aborto



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Cuentas más retuiteadas en la comunidad pro-vida



Fuente: Elaboración propia.

En #AbortoLegal se observa una menor interacción en la dimensión primaria (ideológica) y una mayor interacción en la dimensión secundaria (social), ubicada esta última en el centro de la red, lo cual nos informa que la red experimentó una rotación parcial, debido a la centralidad que tuvieron nodos como los de los movimientos Causa Justa por el Aborto y Unidos por la Vida que desplazaron las autoridades políticas del monopolio de la conversación virtual en la red. También nos informa que la polarización puede responder a diferentes factores, dada su naturaleza multidimensional como se explica en el Capítulo 1. Observamos en este caso una polarización de tipo más social que ideológica.

Causa Justa es el movimiento que recoge la demanda social del feminismo por la eliminación del delito de aborto del Código Penal. Según se lee en su cuenta de Twitter, está conformado por más de 100 organizaciones y más de 130 activistas y cuenta con un número de seguidores que superan los 16 mil. La estrategia del colectivo consistió en demandar el delito de aborto que en Colombia estaba penado hasta cuatro años y medio de cárcel y evitar de esa forma que pasara por el Congreso, donde la influencia de sectores conservadores como el Centro Democrático, el Partido Conservador, Cambio Radical y los partidos cristianos es tan profunda que cualquier proyecto sobre la despenalización del aborto hubiese encontrado trabas.

Este conservadurismo no es únicamente propio del sistema político colombiano, también se encuentra arraigado en la sociedad en general, por lo que no fue extraño que el movimiento a favor del aborto se enfrentara con sectores reaccionarios de tipo religioso y tradicional. Uno de los más activos, creado para este propósito, fue Unidos por la Vida. En su página de Twitter, el colectivo se define como una plataforma que reúne a personas y organizaciones de la sociedad civil interesadas en defender la vida humana y la preservación de la familia.

Ambos movimientos hicieron de Twitter su plataforma privilegiada para el activismo digital, desde ahí implementaron diferentes estrategias para movilizar a la ciudadanía a favor o en contra del aborto. Tanto las redes como las calles fueron los escenarios del debate, lo que demuestra enormemente el papel marginal de los actores políticos y el papel trascendental de la sociedad civil que dividida en dos se convirtió en el actor fundamental en esta disputa.

Por otra parte, esto evidencia que las campañas digitales que llevan a cabo los colectivos feministas a menudo encuentran respuestas de sectores reaccionarios que de manera estratégica también usan las redes sociales para contrarrestar sus narrativas, generando dinámicas propias de confrontación que se viralizan en virtud de la lógica algorítmica de Twitter, como son los *hashtags* que conectan puntos de vista individuales y ensamblan, como sugiere Papacharissi (2016), orgánicamente narrativas colaborativas.

Si bien el tema de la despenalización del aborto es, en esencia, un tema político, no lo fue en términos ideológicos como se esperaba. Mientras la Corte discutía si debía despenalizarlo o no, en Twitter las comunidades a favor y en contra se centraron en construir narrativas que sustentaran sus propias visiones sobre el tema. En Colombia, el tema del aborto no se discutió en el Congreso, sino que por medio de tutelas pasó directamente a las instancias judiciales para que fuesen los jueces de la República quienes decidieran sobre el particular.

Este hecho llevó a que las comunidades, proaborto y provida, no vieran las conexiones políticas tan centrales en la definición del caso y enfocaran sus campañas en persuadir a la Corte para que tomara una decisión en la dirección respaldada por alguna de ellas. #CorteVoteSí y #CorteAbortoNo se convirtieron en las etiquetas más propagadas dentro de cada comunidad. Estas etiquetas fueron acompañadas con argumentos tomados del derecho, la salud o la religión según fuese el caso.

Imagen 24. #CorteVoteSí



Fuente: Profamilia, 2021

Imagen 25. #CorteAbortoNo



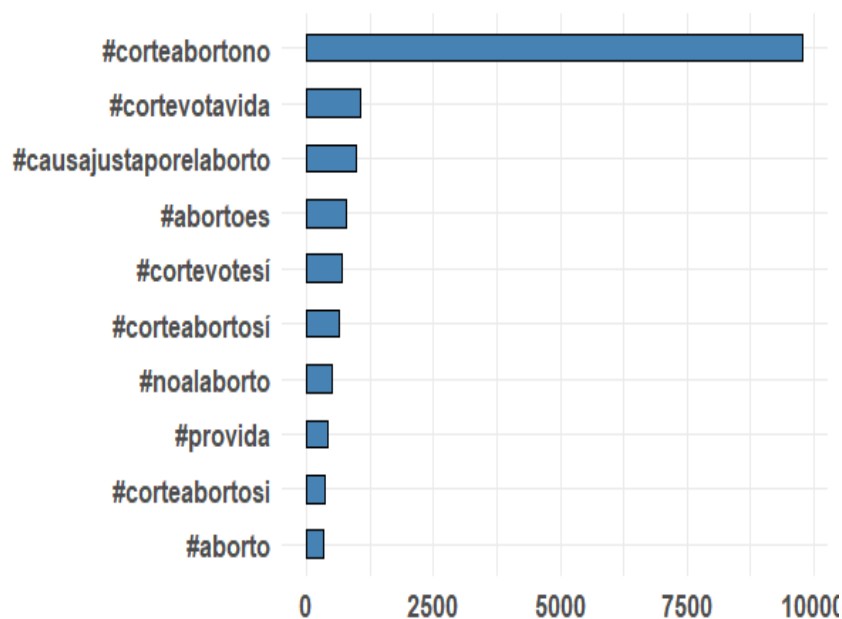
Fuente: Unidos por la Vida Colombia, 2021

Con los dos *hashtags* en circulación, el activismo digital se convirtió en una estrategia de incidencia política y de visibilidad social. Mientras los colectivos feministas se apropiaban del espacio virtual como una instancia complementaria al activismo tradicional, los sectores en oposición desafiaron los marcos interpretativos de las feministas desde la perspectiva de un activismo reaccionario. La confrontación de narrativas quedó instalada en la agenda de Twitter. #cortevoteno fue la expresión de la contranarrativa más difundida de este lado de la grieta para hacer oposición a la causa feminista. La estrategia del movimiento provida

consistió en contrarrestar la narrativa a favor del aborto mediante la difusión de contra *hashtags*. Como mecanismo de intervención discursiva, instalaron, activaron y movilizaron diferentes etiquetas que disputaron el sentido original que la comunidad proaborto le había dado al tema inicialmente. La tesis central de su narrativa era la defensa del derecho a la vida de los no nacidos.

El mapa de la Figura 11 nos brinda una aproximación del tamaño de las comunidades, de la cual se deduce la significancia de los patrones de interacción en cada una de ellas. La comunidad provida fue relativamente más activa que la comunidad proaborto. Como muestra los datos del gráfico de la Figura 14, el *hashtag* #corteabortono superó en difusión los *hashtags* proaborto como #causajustaporelaborto, #cortevotesí y #corteabortosí. El activismo provida fue intenso y su participación en la conversación virtual tuvo un crecimiento exponencial que no solamente se reflejó en las redes sino también en las calles.

Figura 14. Etiquetas más compartidas en la red sobre la despenalización del aborto



Fuente: Elaboración propia

El 21 de febrero de 2022, después de casi dos años de debate, la Corte informaba desde su cuenta de Twitter la decisión tomada sobre el aborto. El tuit que acompañó la sentencia dejaba en claro que la conducta por aborto no sería castigada penalmente hasta la semana 24 de gestación. A partir de ahí, solo sería legal bajo las tres causales fijadas en la

Sentencia C355 de 2006<sup>7</sup>. Si bien el objetivo de las demandantes era conseguir la despenalización total, el resultado de la Corte significó un avance importante en esa dirección, lograron con ello descriminalizar una práctica que afectaba hasta el cuerpo médico, que se abstenía de practicarla por temor a las consecuencias penales a que diera lugar el hecho.

Imagen 26. La Corte Constitucional sobre el aborto



Fuente: Corte Constitucional, 2022

Sin embargo, durante los casi dos años de discusión en la Corte, el debate tuvo algunos percances que dilataron el proceso. El más sonado fue el del magistrado Alejandro Linares quien tuvo que radicar ante la Sala Plena de la Corte una solicitud de impedimento para votar. La razón fue que días antes de la discusión, el magistrado dio una opinión en un medio de comunicación en la que dejaba entrever públicamente su postura a favor del aborto. De acuerdo con el Código de Procedimiento Penal, ningún magistrado puede manifestar abiertamente su opinión sobre un asunto que es materia del proceso. Después de analizar el caso, la Sala Plena aceptó el impedimento de Linares de hacer parte del debate dado que su declaración pública afectaba la imparcialidad del fallo.

<sup>7</sup> La Sentencia establece que el aborto solo es posible bajo tres supuestos: 1) cuando exista peligro para la salud física o mental de la mujer, 2) cuando exista grave malformación del feto y 3) en caso de acceso carnal violento.

### Imagen 27. Impedimento al magistrado Linares



Fuente: Santiago Ángel, 2021

El fallo que aprobó la despenalización del aborto obtuvo una votación de 5 contra 4, de los cuales 3 en contra fueron depositados por mujeres y 4 a favor por hombres. El resultado de la votación causó asombro en el colectivo feminista y replanteó el tema de la paridad. Por ejemplo, para la columnista Sara Tufano: “la paridad es necesaria, pero insuficiente. Se necesita también una visión feminista progresista” (2022), que ponga en el centro del debate público los derechos sexuales y reproductivos de la mujer.

Mientras el activismo social pugnaba en la red, las autoridades políticas tanto de izquierda como de derecha mantuvieron un silencio compartido, no fue hasta después de la decisión favorable de la Corte de despenalizar el aborto que los políticos expresaron su opinión públicamente. El entonces mandatario Iván Duque opinaba ante los medios de comunicación que la legalización del aborto facilitaba que este se convirtiera en una práctica anticonceptiva. Por consiguiente, cuestionó si una decisión de envergadura para la sociedad colombiana pudiese ser tomada por cinco personas, por lo que pidió anular el fallo de la Corte.



## Imagen 28. Duque sobre el aborto



Fuente: Iván Duque, 2022

El rechazo del entonces presidente sobre el fallo no fue bien recibido por el activismo feminista ni por la oposición, quienes advertían que sus declaraciones constituían una interferencia que violaba la autonomía del poder judicial. El pronunciamiento de Duque recogía el descontento de todo un sector de la derecha que se opuso férreamente a la despenalización, pero que no tuvo mucha repercusión en la comunidad provida, ni mucho menos tuvo el poder para incidir en la decisión de la Corte.

Por su parte, el entonces candidato presidencial Gustavo Petro resaltó la sentencia como un logro de la histórica lucha de las mujeres contra la criminalización del aborto. No solo avalaba la decisión de la Corte, sino que se comprometía en concretarla en políticas públicas en caso de llegar a la presidencia, lo que le garantizó el respaldo contundente del colectivo feministas que, ante las pretensiones de anulación de la derecha, depositaron en el candidato izquierdista la confianza. Sin embargo, en el marco de la discusión en redes, la voz de Petro no tuvo una resonancia en la comunidad proaborto. Su propuesta de “aborto cero”<sup>8</sup> generó zozobra en el feminismo, la cual calificaron como una estrategia electoral y tibia. Según las feministas, para Petro ser proaborto es incentivar el aborto (Tufano, 2022), lo cual

---

<sup>8</sup> Según se lee en el diario *Razón Pública*, de Castelbajac citando las palabras del mismo Petro sobre lo que en esencia consistiría una política de aborto cero: “el aborto no hay que estimularlo” sino “prevenirlo con educación sexual y medidas tecnológicas” (de Castelbajac, 2022).

muestra su desconocimiento del trasfondo de la cuestión y la lucha por los derechos reproductivos de la mujer.

Imagen 29. Petro sobre el aborto



Fuente: Gustavo Petro, 2022

El tema del aborto también quedó instalado en la agenda electoral y los candidatos en general no pudieron dejar de referirse al tema y de lo que harían al respecto en caso de llegar a la presidencia. Las declaraciones más fuertes provinieron de los candidatos de derecha para quienes la Corte se había excedido en el límite temporal por lo que promoverían reformas constitucionales con la finalidad de frenar la sentencia.

Un sector del periodismo también intervino en el debate y sentó postura sobre el fallo. Con el *hashtag* #AbortoEs, que parecía políticamente neutral, en realidad era una invitación a posicionarse en contra del aborto. De esa forma, algunos periodistas criticaron la decisión de la Corte, como Darcy Quinn: “#AbortoEs definitivamente lo que no puede ser [...] un método anticonceptivo. #AbortoEs un último recurso” o Vicky Dávila: “#AbortoEs frustrar una vida, es matar. Pero se convirtió en un derecho”. El *hashtag* fue difundido ampliamente en la red por el gremio y sus simpatizantes después de que el periodista Luis Carlos Vélez lo convirtiera en tema del día en la emisora radial *La FM*.

Imagen 30. El aborto desde el periodismo conservador



Fuente: Luis Carlos Vélez, 2020

Sin embargo, actores políticos, periodistas y medios de comunicación no tuvieron en este evento un liderazgo fuerte para constituirse en autoridades en cada comunidad como lo tuvieron en otros eventos de talla nacional. En esta ocasión, quedaron marginados en los extremos de la red. El activismo provida y el activismo proaborto dominaron la discusión y sus estrategias no consistieron en amplificar voces de actores del mundo político o mediático sino más bien de centrarse en hacer campañas que movilizaran a la ciudadanía mediante *hashtags* y narrativas provenientes de las autoridades de las mismas comunidades.

El hecho de que ni actores políticos ni periodistas pudieran moldear las líneas discursivas de estas comunidades resulta llamativo, en la medida en que si bien son actores dominantes seguidos por cientos de usuarios el control de la narrativa no reside en ellos, sino que depende, como afirman Calvo y Aruguete, “de la decisión de los usuarios de compartir los contenidos a los que están expuestos” (2020, pág. 21). Esta desconexión, heterofilia en términos de análisis de redes sociales, explica porque sus mensajes no pudieron trascender más allá de sus propias burbujas ideológicas donde fueron escuchados únicamente por partidarios.

En este campo, la teoría sugiere que cuanto mayor es la afinidad con el contenido, mayor la probabilidad de que sea compartido. Esta afinidad, homofilia en términos de análisis de redes sociales, puede definirse en términos ideológicos como muestran las redes políticas estudiadas en los capítulos anteriores o puede regirse por cuestiones más sociales donde las partes pugnan por el reconocimiento y la visibilización de demandas, más que por maximizar objetivos políticos.

Es el caso de los movimientos sociales y en particular los feministas, o llamado también marea verde en América Latina, las redes sociales han sido fundamentales en sus

luchas, puesto que han facilitado la tematización de problemas que van más allá de la legalización del aborto como lo son la violencia de género, el sexismo, entre otros temas de la agenda de género. Su participación política en la red ha consolidado el ciberactivismo en una tendencia dentro del feminismo. Como cualquier movimiento social contemporáneo, el feminista ha convertido las redes digitales en espacios donde instituyen sus propias visiones del mundo y crean comunidades de pertenencias que desafían las narrativas androcéntricas, dominantes en este entorno.

Desde luego, #AbortoLegal fue un fenómeno de intervención en la red que provocó la reacción de los sectores más conservadores y tradicionales de la sociedad colombiana, pero quizá lo más importante fue que politizó una realidad social históricamente naturalizada y postergada en la agenda política. Con su logro, el colectivo feminista refuerza el argumento de que es un sujeto político de cambio social, que usan las plataformas de redes sociales para la acción política contestataria. Con este hecho, observamos una dinámica de confrontación que escapó de la lógica dominante que imponen los actores políticos y mediáticos en la red. En este evento, la controversia emergió desde abajo y se mantuvo en ese nivel de manera paralela con quienes infructíferamente intentaron penetrarla.

El tema de la despenalización del aborto por supuesto redundó en niveles altos de confrontación, pero no como resultado de los posicionamientos ideológico-partidistas de las partes, sino como producto de una división que tuvo lugar en el seno de la sociedad civil. Es este nivel de afinidad social que invita a la comunión y supera los límites ideológicos que estructuran las discusiones políticas el que define a #AbortoLegal en Colombia. El lugar de negociación de esta disputa estaba definido por la Corte, por lo que las diferencias entre proabortos y providas quedaron dirimidas una vez los magistrados dieron a conocer la sentencia favorable al aborto.

Los elementos que definen este evento se apartan de lo que se define como polarización ideológica, un fenómeno que está en relación con la esfera política y divide a la sociedad en dos campos irreconciliables, distanciados y encerrados sobre sí mismos, pero se ajusta a la naturaleza multifacética del concepto que se discutió en el primer capítulo. Cuando esas divisiones políticas permean la sociedad, cada campo define la realidad de un modo distinto y el desacuerdo se vuelve hegemónico. Por lo general, la polarización se extiende de la esfera política a la sociedad a través de las élites que se posicionan frente a los distintos

temas de la agenda política y a través de los distintos medios de comunicación a su alcance que son usados para canalizar sus opiniones y llegar a sus votantes. Esta dinámica, como se muestra, no se reprodujo en #AbortoLegal, por lo que la distancia de las comunidades principales dentro de la estructura fue exigua, ahí hubo un medio legítimo que se usó para dirimir el problema sobre el aborto, la instancia judicial.

En términos generales, lo que demuestran los casos analizados aquí es que Twitter es un espacio en permanente disputa, en el cual los actores políticos puján por posicionar sus narrativas e instalar una agenda política que los favorezca, en el proceso proponen marcos de interpretación sobre los eventos y temas que dinamizan la polarización. Muy por el contrario, los actores sociales (activistas, organizaciones de la sociedad civil) pugnan y construyen agendas que buscan extender los derechos individuales y sociales o mantener el orden social en ese ámbito que disputan. En el caso #AbortoLegal asistimos a un evento de este segundo orden, en la cual observamos una amplia participación ciudadana y una conversación de tipo más orgánica en la red.

Con este caso, una vez más se demuestra que las redes potencian diversas dinámicas de interacción que producen un reordenamiento en su propia topología. Es decir, las redes se ajustan a las preferencias de interconexión de los usuarios para devolverles contenidos congruentes con sus percepciones, están diseñadas con este propósito sean intereses ideológicos o no ideológicos los que motiven el comportamiento en línea. Sin embargo, no está demás decir que cuando es ideológico ya conocemos las posibles consecuencias. Reforzamos la lógica algorítmica de las redes sociales a la vez que las redes sociales refuerzan nuestras lógicas de consumo informativo y de asociación.

Como demuestra #AbortoLegal las preferencias de los usuarios por conectarse con otros individuos similares a ellos en sus luchas produjo en la red la expulsión de las autoridades políticas, la conversación adoptó otra forma de confrontación, una más social, en la que la polarización política fue moderada y desplazada a los márgenes de la red. Resultados similares se han encontrado en otros países como Argentina donde sitios de redes sociales jugaron un papel preponderante en el activismo feminista (Calvo & Aruguete, 2020).

En definitiva, las cámaras de eco que resultan de la exposición a contenido agradable no solamente facilitan la polarización política, sino también dinámicas de organización colectiva y comunión política donde las redes se integran a las herramientas del repertorio de

actuación de los movimientos sociales en la era del activismo digital. En este escenario, los intercambios ideológicos y la exposición a la diversidad ideológica son bastante comunes y cuando ocurren tienen un efecto positivo en la reducción de la segregación ideológica según líneas partidistas.

Con el solo hecho de no compartir los contenidos de las autoridades políticas evitan que la polarización ideológica contagie la confrontación social. Sin embargo, esto no es el resultado de un proceso colectivamente organizado, ocurre cuando los usuarios interactúan con otros por fuera de la dimensión político-partidista y le dan cabida a otros nodos que tienen mayor relevancia en la conversación virtual. En otras palabras, cuando se produce una rotación parcial de la red.

Aborto legal también demuestra que la polarización es un fenómeno multidimensional que atraviesa lo afectivo, lo temático y lo social además de lo político, definida fundamentalmente por las diferencias naturales que se dan entre grupos sociales. La sociedad también puede dividirse cuando los desacuerdos entre ciertos temas que son importantes en términos sociales son acuciantes. En un país históricamente conservador como Colombia, cuando emergen movimientos en contra de lo socialmente establecido como la penalización del aborto, estos grupos conservadores reaccionan enérgicamente para mantener el orden. El choque discursivo genera pugnas que pueden dinamizar la polarización social.

## DISCUSIONES GENERALES

En términos generales, observamos que en Twitter no hay una tendencia que conduzca de manera unilateral hacia una dirección específica en lo que tiene que ver con las dinámicas del comportamiento político. La curación algorítmica de la plataforma puede facilitar la agregación de usuarios en grupos homofílicos de la misma manera en la que facilita la configuración de grupos heterofílicos. Los patrones de interacción entre los usuarios y los algoritmos de segregación varían mucho como resultado de las formas en las que se interconectan entre sí los individuos. Como consecuencia de estas interconexiones pueden emerger redes muy polarizadas (#Uribe) cuyos grupos se alinean con los extremos políticos, otras que cortan estas conexiones de forma perpendicular (#AcuerdoDePaz) y finalmente unas que reproducen la homofilia entre usuarios, pero respaldada por procesos de tipo más social que político (#AbortoLegal).

Específicamente, en el primer caso se observó que en lo que respecta a la ideológica política la red #Uribe fue altamente homofílica. La curación algorítmica agudizó la homofilia ideológica entre élites políticas, simpatizantes y activistas generando comunidades altamente homogéneas hacia su interior y heterogéneas hacia el exterior. Por consiguiente, la estructura comunicacional de la red #Uribe está atravesada por la diferenciación ideológica. La distancia que separa a las comunidades se corresponde con la división de la ciudadanía según líneas partidistas en las que grupos mutuamente excluyentes y densamente interconectados quedaron ubicados en lugares diferentes de la geografía de la red.

Cuando las redes están polarizadas el intercambio de información se concentra en dos focos, en comunidades afines que confrontan en el espacio virtual. La red #Uribe muestra que Twitter puede facilitar la polarización política en línea cuando los patrones de asociación homofílica y de exposición selectiva partidista entre usuarios determinan el consumo de información política, creando redes con comunidades altamente cohesionadas en términos ideológicos y automatizadas por los procesos de curación algorítmica que definen la red.

En cierto sentido, los grupos de usuarios que comparten características similares en la dimensión político-partidista quedan encerrados en lugares diferentes de la red, lo que genera un distanciamiento de las comunidades en términos ideológicos, un debilitamiento de los procesos de intercambio de información intercomunitario y un fortalecimiento de la interacción ideológica intracomunitaria. El caso #Uribe pone en evidencia que la polarización

en la red es un fenómeno circunscrito a ciertos grupos sociales fuertemente partidistas que siguen la política de cerca y consumen información de acuerdo con sus sesgos políticos. Por consiguiente, cuanto más partidario se muestre un usuario de Twitter, más fácil es que se deje llevar por la lógica algorítmica que domina el entorno virtual y quede atrapado en una comunidad afín. En concreto, se demuestra con este caso que el principio de homofilia constituye una propiedad estructural de las redes polarizadas.

En el segundo caso, se encontró que la homofilia ideológica en la propagación de contenidos relacionados con el Acuerdo de paz fue baja. La diversidad política que caracterizó a esta red la explica la presencia de nodos puentes que expresaron posiciones compartidas y conectaron a usuarios de diversas comunidades. El resultado de este proceso fue un intercambio de información más fluido entre comunidades que generó un corrimiento de la mayoría de los participantes hacia el centro de la red. Cuando los nodos puentes aparecen se produce un mapa con una conversación más heterofílica que se aparta de la visión tradicional de cámara de eco partidista y evitan que la distancia ideológica se reproduzca en la conversación virtual.

En otras palabras, la presencia de este tipo de nodos causa un reordenamiento en el mapa de la red, formando diversos segmentos que se apartan de la lógica bimodal y previniendo así que la conversación se disgregue en dos polos. Según la teoría de la fuerza de los lazos débiles de Granovetter (1973), los nodos puentes proporcionan el único camino entre dos puntos y, por lo tanto, asumen un papel importante en las relaciones entre usuarios que de otra manera no podrían conectarse.

El movimiento de un sistema de vínculos (polarizado) a otro (no polarizado) modela una nueva dinámica de interacción que facilita el ingreso de información novedosa al sistema de red. Los vínculos débiles cuando son puentes, por tanto, poseen la habilidad de unir miembros de diferentes grupos. Bajo este supuesto, se asume que es lo que ha pasado en la red #AbortoLegal, la activación de nodos puentes posibilitaron la formación de diversas comunidades alternas que dispersaron la conversación a toda la estructura de la red.

El estudio también demuestra que la reducción de la polarización no es únicamente el resultado de un consenso general de las partes involucradas, sino que asimismo puede ser la consecuencia de la presencia de la heterogeneidad ideológica, es decir, de la emergencia de comunidades alternas que se forman en la red y evitan que los actores ideológicamente



intensos monopolicen la conversación y la concentren en dos puntos de la red que se alinean con los extremos ideológicos.

El criterio teórico fundamental para sostener este punto de vista se ajusta a la definición de polarización aportada en los capítulos iniciales de esta investigación. A saber, siempre que las redes políticas no presenten un movimiento hacia los polos en forma de distribución bimodal no es posible hablar de polarización. Siguiendo esa regla, los sistemas de redes que no cumplen con este patrón no se consideran redes polarizadas. Nuestro criterio no es excluyente, la red puede despolarizarse por efecto de la homogeneidad que alcanza en términos de consenso o despolarizarse por efecto de la heterogeneidad de las partes que integran el sistema de red, como en el caso #AcuerdoDePaz. Lo importante aquí es que, en ninguno de los casos, la estructura de la red presente una distribución bimodal.

#AcuerdoDePaz mostró niveles de segregación ideológica moderada, debido a la formación de comunidades alternas que rompieron con la dinámica bimodal, rasgo distintivo de una red polarizada. Este fue un diálogo con diversos focos de opinión que cobraron relevancia y reconfiguraron el orden topológico de la red, desplazando los nodos que en otros eventos fueron centrales a los márgenes de la estructura y redistribuyendo la centralidad nodal en diferentes espacios de la geografía. Esto explica porque en lugar de un intercambio ideológico polarizado se observó en #AcuerdoDePaz un intercambio ideológico cruzado.

La presencia de la diversidad de actores y comunidades alternas causaron una sinergia que interceptó las intenciones comunicativas y perlocucionarias de quienes buscaban dinamizar la polarización. Los actores políticos y mediáticos antipaz no pudieron polarizar la conversación. A pesar de sus esfuerzos, se mantuvieron recluidos en sus propias comunidades donde fueron amplificados por los simpatizantes. El papel de algunas fuerzas políticas como la del uribismo que en los tiempos del plebiscito fue un eje articulador de la polarización y contrapeso fundamental del gobierno Santos, esta vez permaneció inactivo en la red, dejando una vacancia mediática que fue paulatinamente llenada por otros actores.

Si bien la paz sigue siendo objeto de disputa en la sociedad colombiana entre sectores propaz y antipaz, lo cierto es que la polarización alrededor del tema fue leve, lo cual demuestra el desgaste que produjo después de más cinco años de confrontación política. En cierto momento de la coyuntura, el discurso polarizante en contra del proceso de paz produjo réditos electorales a quienes se opusieron ferozmente. La derecha radical, encabezada por

Uribe Vélez y su partido Centro Democrático, no solo tuvo éxito en su campaña en contra del plebiscito de 2016 sino que también le abrió el camino para la retoma del poder en cabeza de Iván Duque. Una vez logrados sus objetivos políticos, la derecha colombiana moderó su discurso contra la paz, el respaldo de la comunidad internacional y la puesta en marcha del Acuerdo tramitado vía Congreso les impidió cumplir su cometido, hacer trizas lo firmado y obligar a la guerrilla de las FARC a pagar por los delitos cometidos en el marco del conflicto.

En un escenario completamente diferente al de hace cinco años, los nuevos líderes de la derecha que aspiraban al poder apelando a un discurso contra la paz no tuvieron los frutos que obtuvieron en el pasado. Polarizar el tema de la paz no funcionó como estrategia política de cara a las elecciones de 2022. Como refleja la discusión en Twitter, la comunidad antipaz reunida alrededor de Fico Gutiérrez quedó descentrada de la discusión, relegada al margen de la red. Los resultados electorales tampoco fueron muy optimistas, Gutiérrez solo alcanzó un 24% de la participación electoral, por debajo de Rodolfo Hernández (28%) y Gustavo Petro (24%).

En el tercer caso se halló un patrón que combinó intercambios ideológicos polarizados con un grado significativo de difusión ideológica cruzada de información política. Por ejemplo, observamos grupos ideológicamente homogéneos (aunque en el extremo de la red) y grupos que manifestaron niveles altos de interacción ideológica cruzada (en el centro de la red). El mapa político de la red #AbortoLegal, podría decirse, manifiesta patrones que, por un lado, se asemejan a los resultados de #Uribe (aunque en menor grado) y, por el otro, a los de #AcuerdoDePaz (en mayor grado). Estos resultados hacen de #AbortoLegal un caso paradigmático.

Si bien el patrón en la mayor parte de las interacciones entre usuarios fue de tipo homofílico, aun así, no lo fue en términos ideológicos. La homofilia en esta red se explica por el activismo social entre las partes que intervinieron la red para definir el aborto como un derecho (pro-aborto) o como un delito (pro-vida). Estas comunidades no procedían de la esfera política ni de los medios de comunicación tradicionales, sino del feminismo y de organizaciones sociales de base.

La confrontación social que tuvo lugar en #AbortoLegal se separa de la ideológica que caracterizó a #Uribe. La división ideológica-partidista subsistió como muestra la evidencia, pero a un costado de la red y reducida en pequeñas comunidades que no pudieron

permea la confrontación. Sus comunidades quedaron descentradas de la discusión generando niveles bajos de segregación ideológica.

Se explica este evento, siguiendo a Calvo y Aruguete (2020), como el resultado de un proceso de rotación parcial de la red. Es decir, como el resultado de la priorización temática que muchas veces hacen los usuarios por fuera de la dimensión político-partidista. Desde esta lógica, una red está compuesta por múltiples dimensiones, todas capaces de estructurar la conversación virtual. Cuando se activa el eje izquierda-derecha, la probabilidad de que la discusión se articule en dos polos aumenta; sin embargo, cuando se activan otras dimensiones (cultura, deporte, etc.) las redes tienden a reducir los niveles de polarización. La rotación produce un efecto sobre la topología de la red en donde los nodos que fueron centrales en otros eventos van perdiendo influencia para concentrar al resto de los nodos en dos focos.

Sin embargo, nos distanciamos del argumento de Calvo y Aruguete cuando sostienen que las conexiones entre usuarios permanecen relativamente inalteradas aun cuando las redes rotan hacia otras dimensiones. Según sus propias palabras: “la disminución de la dimensión político-partidista resulta de un cambio que opera en el nivel de los temas tratados más que en una variación en la forma en que los individuos se conectan” (2020, pág. 189). Sin embargo, #AbortoLegal demuestra que al cambiar la dinámica de interconexión entre los usuarios la rotación coloca la centralidad en otros nodos. En el espacio virtual, una de las propiedades de los sistemas de redes es su capacidad para constituirse y disolverse en función de los patrones de interconexión. Los temas importan, pero la manera en la que se interconectan los usuarios y discuten sobre dichos temas también.

Twitter es un espacio en permanente disputa, pero flexible ante los procesos comunicativos que tienen lugar ahí. Dicho de otro modo, como sistema se adapta fácilmente a las preferencias de interconexión de los propios usuarios para devolverles contenidos de manera segregada. Los algoritmos que se encargan de esta función están diseñados para reforzar este tipo de comportamiento con el objetivo de generar experiencias placenteras en la plataforma y así poder mantener al usuario conectado la mayor parte del tiempo posible. Esta operación es independiente de las causas que motivan la acción, lo hacen tanto en los casos en los cuales los usuarios muestran patrones de interacción de tipo homofílico como heterofílico.

En definitiva, en #AbortoLegal observamos una dinámica de organización colectiva y comunión política que demuestran que los intercambios entre comunidades y la exposición a la diversidad política son bastante comunes en la plataforma, en donde la polarización política fue moderada y desplazada a los márgenes de la red.

Complementariamente a los supuestos centrales probados en esta investigación, también se analizó el papel de los medios de comunicación en contextos de polarización. Más específicamente, se contrastó si en este entorno los medios producen contenidos para públicos segmentados o para públicos diversos. Los medios operan en un entorno informativo y comunicacional en el que los algoritmos alimentan dietas informativas personalizadas, facilitan la circulación de contenido mediáticos y posibilitan el monitoreo de la recepción de los mismos. Estos patrones hacen que producir contenidos para públicos segmentados sea un bien redituable. Con base en este supuesto se encontró que los medios que participaron activamente del caso #Uribe cementaron divisiones que apuntalaron la polarización política en línea. Gran parte de los contenidos noticiosos que circularon en las comunidades muestra que las líneas editoriales de los medios fueron ideológicamente congruentes con las preferencias políticas de los usuarios. En ese sentido, crearon contenidos mediáticos que alimentaron los hábitos informativos de las comunidades. El caso #Uribe demuestra que en contextos polarizados algunos medios de comunicación, los más partidistas, se especializan en proponer marcos interpretativos que favorecen los argumentos que circulan dentro de cada comunidad.

Como actores políticos, estos medios fueron parte esencial de la batalla entre uribistas y antiuribistas. Sin embargo, esta lectura no es aislada del contexto político en el cual operan los medios. Las decisiones editoriales también responden a intereses político-económicos, cuya simpatía con determinada ideología los conduce a producir contenidos en esa dirección. Esta relación de los medios con quienes detentan el poder impide la preservación de criterios puramente periodísticos en la toma de decisiones editoriales.

En general, los resultados aquí expuestos demuestran que los mismos mecanismos de segregación algorítmica que favorecen la formación de redes polarizadas cuando se activa la homofilia política puede en la misma medida facilitar las condiciones para un diálogo más heterogéneo y diverso cuando se activa la heterofilia, creando un continuo de posiciones

políticas o diferentes focos nodales. Esto ocurre cuando las redes en las que están integrados los usuarios son políticamente heterogéneas.

Yendo más allá, se demuestra que no hay una contradicción intrínseca entre los estudios que prueban la existencia de polarización en la red con aquellos que la refutan. La red puede reflejar patrones de interacción diferentes. Redes polarizadas y no polarizadas conviven en un mismo espacio y reflejan la manera en que la ciudadanía se relaciona con la información que consume, los actores políticos que siguen y las discusiones en línea en las que participan. En otras palabras, las redes pueden reflejar tanto las asimetrías ideológicas (diversas comunidades hablando de un tema) como los intercambios ideológicos entre usuarios de ideas afines (que solo comparten información entre ellos). Los estudios de caso único no pueden reflejar en su totalidad la dinámica de las redes y mucho menos sus tendencias que pueden ser observables cuando se comparan diversas estructuras de interacción en línea.

Por consiguiente, más que un poder unilateral que conduce a la polarización, la evidencia presentada aquí tiende a ser mixta y resalta, como sugieren Barberá y otros (2015), el potencial de la red para capturar la dinámica de la opinión pública. Con estos resultados, esta investigación aporta información que apunta en ambos sentidos y se suma a la literatura que busca superar las contradicciones en los hallazgos y los temores sobre el efecto polarizante de las llamadas cámaras de eco en redes sociales sobre los sistemas democráticos. Las diferencias halladas en los tres casos estudiados demuestran que las condiciones en las que operan la curación algorítmica de Twitter son definitorios para comprender las dinámicas que inducen la polarización en la red o las dinámicas que la cortan de manera perpendicular.

Contrario a lo que ha demostrado parte de la literatura, nuestros casos de estudio muestran que las redes sociales como Twitter no reducen la polarización porque faciliten la creación de narrativas más homogéneas, sino también por el efecto contrario. Es decir, cuando logran que el desacuerdo temático se disgregue por toda la red evitando que se aglutine, debido a la atracción de los nodos ideológicos más intensos, en dos polos. Por tanto, no es la disminución de la dimensión político-partidista, sino la heterogeneidad de esa dimensión presente en términos de actores políticos lo que impide que la conversación sea acaparada por los extremos ideológicos.

Los algoritmos producen un refuerzo en la conducta, individual como colectiva, un refuerzo que se recibe en la dirección de los intereses propios de cada usuario (homofílica, heterofílica, etc.). Por ejemplo, cuando los patrones de asociación homofílica de un individuo son muy fuertes el refuerzo cristalizará la conducta en ese sentido. El resultado de ese proceso será la segregación ideológica del usuario en algún lugar de la red, en el cual queda posicionado junto a otros similares a él.

No obstante, así como la curación algorítmica favorece la segregación de usuarios en función de estos patrones, nuestras acciones también pueden producir alteraciones en la topología de la red y ajustarse a nuestros patrones de consumo de información política y asociación. Esto sucede cuando un usuario consume información diversa y se integra a redes de usuarios ideológicamente heterogéneas. En otras palabras, como sugiere la teoría, cuando los lazos débiles se hacen fuerte (Granovetter, 1973).

En consecuencia, los bajos niveles de polarización como resultado de un acuerdo nacional no es la única vía. Las redes muestran bajos niveles de polarización política, o en su defecto nula polarización, debido también a la diversidad política de las partes. Es más común que las redes no polarizadas sean el resultado de la diversidad de actores políticos que asumen posiciones desde diferentes corrientes políticas que debido a la homogeneización ideológica que pueda lograrse cuando se alcanza el consenso “ideal” entre todas las partes. En lo que respecta a la actividad política en redes sociales como Twitter es difícil encontrar una conversación que se asemeje a un diálogo nacional, una mancomunidad. Una tendencia similar solamente se ha reportado en redes que caen fuera de la esfera política como la cultura o el deporte (Barberá y otros, 2015).

En lo que respecta a las redes políticas es difícil encontrar la densidad (cohesión ideológica) como una propiedad que impregna toda la red, en virtud de que estos sistemas tienden a contener un número elevado de nodos entre los cuales se reparte la centralidad. Sin embargo, es importante aclarar que si bien es imposible definir la densidad como característica del sistema de red sí es posible, y la evidencia empírica lo demuestra, que la cohesión se reparta entre las comunidades que se forman dentro de la red. En la medida en que éstas guardan su densidad en términos de homogeneidad ideológica interna, la densidad global se debilita, dado que son inversamente proporcional. Como muestran nuestro análisis comparativo de casos.

Cada comunidad dentro de la red, esté esta polarizada o no, transfiere la centralidad a ciertos nodos ya sea por su importancia política, popularidad o cualquier otra característica individual. Si se piensa en la dinámica de relacionamiento de Twitter, por ejemplo, estos usuarios que suelen ser políticos, periodistas, medios de comunicación, etc., son capaces de aglutinar a su alrededor un vasto número de seguidores que los sigue por afinidad ideológica. En consecuencia, cuanto más unidos estén los nodos más integradas internamente estarán las comunidades y, en consecuencia, menos densa será la red.

De la teoría de redes se ha aprendido que los vínculos fuertes tienden a formar redes densas y los vínculos débiles redes menos densas. La polarización entra al sistema de la red a través de los lazos fuertes que forman los usuarios con los actores políticos con los que concuerdan en términos ideológicos. Los individuos quedan encerrados en su propia red limitando el acceso de información novedosa sobre la realidad política. Para estos individuos, en su mayoría partidarios, el mundo es blanco o negro y no hay matices que valgan.

Pensada en términos de redes, cuando en el sistema de red los vínculos son fuertes es más fácil que la polarización se transfiera de un nodo a otro. Si explicamos este mecanismo a partir de la teoría de los lazos débiles entonces la transitividad es una función de la fuerza de los vínculos y no tanto de la lógica algorítmica que únicamente facilita que esa fuerza tenga lugar. Por consiguiente, también es posible esperar que cuando las redes tienen lazos débiles la transmisión de la polarización se debilite.

En la red, las comunidades de tipo homofílico se organizan y movilizan recursos para la consecución de objetivos comunes. Como sugiere Granovetter (1973), cuanto más fuertes los lazos que unen a dos nodos y más central el grado de uno de ellos, la comunidad será más unitaria y más capaz de actuar en conjunto debido a que los lazos fuertes tienden a estar concentrados. Por consiguiente, el comportamiento formado queda limitado por los vínculos en la red, lo que les facilita a muchos actores, entre ellos políticos y medios partidistas, manipular las creencias y emociones con el fin de perseguir objetivos políticos específicos.

Esta dinámica ha estado presente desde los tiempos del Acuerdo de paz. Hoy hay poca duda de que la política colombiana se encuentra polarizada, los resultados parejos obtenidos en el plebiscito así lo demuestran, el Si obtuvo un 49.78% de votos frente un 50.21% que obtuvo el No. Desde entonces esta polarización ha pasado por diferentes fases como el caso Uribe que enfrentó a los simpatizantes del mandatario y la oposición. Sin

embargo, nuestros casos también evidencian que la polarización es un fenómeno situado que responde a diferentes factores como la naturaleza del tema, el involucramiento político de los actores (políticos, ciudadanía y medios de comunicación) y de la importancia que dicho tema tenga para los intereses partidistas o colectivos de las élites.

Como se explica en el Capítulo 3, en el escenario político colombiano actual hay una tendencia hacia la pluralización del debate político, dinamizada con la firma del Acuerdo que convive con una profunda polarización arraigada a partir de un fenómeno conocido como personalismo político. Esta polarización tiene poco que ver con el aspecto institucional de los sistemas de partido, bipartidismo, multipartidismo, y mucho con la creciente personalización de la política. Si estos liderazgos se ubican en los extremos del espectro ideológico acrecienta la polarización. Esto explica porque algunos casos de los analizados aquí escapan de la polarización y otros quedan intensamente movidos por esta lógica.

Como se explica en el Capítulo I, las señales de las élites son una fuente importante de la activación de la polarización a nivel de la ciudadanía. Si el tema no repercute en los intereses partidistas es probable que tenga poca importancia para las élites. El plebiscito analizado en el Capítulo 3 también arroja evidencia sobre el particular. En su momento, el enfrentamiento entre los sectores propaz y antipaz no fue solo una disputa a nivel de las élites, fue también un fenómeno que se observó en la sociedad en general. El tema de la terminación del conflicto ha sido un tema de Estado. Para los más radicales la paz se logra con el sometimiento por la fuerza de los actores en arma y no a través de negociaciones. Sin embargo, con el tiempo esta disputa ha ido menguando y produciendo un desgaste social, el uribismo, la facción de derecha que más se opuso al Acuerdo, una vez en el poder no pudo sacar réditos a su discurso polarizante, como tampoco pudieron aquellos candidatos que durante la campaña electoral de 2022 quisieron sacar réditos del tema de la paz.

La despenalización del aborto, por otra parte, fue un tema menor para las élites, en una sociedad profundamente conservadora poca preocupación generaba que la Corte Suprema se pronunciara a favor de la despenalización. No fue sino hasta después del fallo que las élites, las más conservadoras, se pronunciaron en contra de la decisión. Sin embargo, la apropiación del tema no produjo una fuerte polarización según líneas partidistas. Más bien la polarización que evidencia el caso fue de tipo más social. Un enfrentamiento que tuvo lugar a nivel de la sociedad civil entre comunidades provida y proaborto. El aborto fue un



tema que dejó en evidencia la participación y el activismo a favor de causas sociales. La movilización no fue solo un tema de redes, hubo una interconexión entre ambos espacios, las calles y plazas públicas también fueron epicentro de la disputa social.

Cuando ciertos temas entran en contradicción con sus plataformas ideológicas, las élites toman posturas que son transmitidas como señales partidistas a sus bases. La partidización de estos temas se transmite a través de los medios de comunicación disponibles. Los sitios de redes sociales, al igual que en otros países de la región, han sido los canales privilegiados de las élites y de sus partidos para conectar con sus electores. En nuestros casos de estudio observamos cómo Twitter jugó un papel destacado en la construcción, difusión y constitución de comunidades políticas y afines a los temas debatidos.

La polarización al menos en los casos analizados va más allá de lo político-partidista para develar aspectos afectivos, temáticos y sociales. El caso Uribe, por ejemplo, produjo una semántica de la polarización, en la cual el nivel de la discusión trascendió a los insultos y ataques visualizados en *hashtags*, tuits y términos que distanciaban claramente a las comunidades. El caso Uribe demostró también que la polarización no describe tan solo la actividad política de los involucrados, sino que se filtra en el conjunto de actividades que constituyen su vida social, sus efectos sociales exceden el terreno de lo digital para expresarse en la interacción social fuera de redes.

Tiene anclaje en diferentes aspectos sociales, en Colombia, por ejemplo, los sectores a favor de la libertad de Uribe se organizaron colectivamente y marcharon por diferentes ciudades del país. Con camisetas blancas y la bandera de Colombia marcaban una distancia respecto a aquellos que consideraban el exogrupo. Los insultos y la antipatía hacia el otro no fue solo un tema de las redes, en este caso la polarización afectiva traspasó los límites del entorno digital y se instaló cómodamente en la sociedad.

Si bien Twitter nos devuelve un mapa simbólico de las relaciones políticas, es un mapa no muy alejado de la realidad, de lo que se vive cotidianamente en el país. Sin embargo, el análisis acotado a casos específicos no pretende capturar toda la realidad política y social del país, esta desborda lo que ocurre en redes sociales. La red es solo una dimensión en la que estos conflictos por el poder se expresan y elevan el nivel de la discusión al plano de lo simbólico, complementario a otros espacios de expresión, como la calle y las instituciones. Desde luego, lo que ocurre es un reflejo del modo en que se expresan las relaciones de poder,

pero no la agota. La polarización entra y se instala en la red porque es un espacio habitado por actores en conflicto, cuyas narrativas chocan seguidamente y tienen efectos más allá del entorno digital.

A través de los casos estudiados es posible tener una nueva perspectiva sobre las dinámicas del conflicto político en Colombia hoy. Durante décadas, expresada en violencia y conflictos entre partidos políticos y entre actores armados, la polarización carcomió los cimientos mismos de la sociedad y erosionó la democracia colombiana. El Acuerdo de paz no solo facilitó que el tema de la guerra pasara a un segundo plano, sino más importante aún, abrió el campo político para que nuevas fuerzas políticas, particularmente de izquierda, entraran a la competencia electoral por el poder y rompieran el consenso imperante de centro-derecha, posicionando a candidatos como Gustavo Petro. Esta apertura del sistema produjo una radicalización discursiva de la derecha, que por década se sintió cómoda y poca amenazada por la izquierda.

Aunque esta nueva etapa de crispación atisbó también otro aspecto de la polarización que tiene que ver con los afectos que se mezclan con lo político-partidista, por otra parte, amplió el debate político y la participación política. El consenso centroderecha impidió por décadas que la ciudadanía viera claramente las opciones y plataformas políticas según líneas ideológicas, en las elecciones de 2018 y más aún las de 2022, hubo plataformas político-ideológicas claramente diferenciadas según la división izquierda-derecha. Algo inédito en un país donde la política estaba profundamente dominada por la derecha. Por primera vez en la historia electoral, la segunda vuelta no se disputó entre los actores tradicionales, sino entre un candidato de izquierda, Gustavo Petro, y un populista salido de la política local, Rodolfo Hernández.

Aunque no esperamos que las redes sociales nos ayuden a comprender este escenario en el que se inserta y gana terreno la polarización, la mediación que ofrecen puede ser una ventana privilegiada para construir una nueva perspectiva sobre las relaciones entre lo político, lo mediático y lo social. Las redes en Colombia están siendo copadas por la política, la digitalización avanza a pasos de gigantes, actualmente candidatos, políticos, partidos, medios de comunicación, entre otros actores se mueven fácilmente en este espacio. No hay ninguno de ellos que no tenga una cuenta en Twitter. Sus narrativas están siendo mediadas por la red y galvanizadas por comunidades que se alinean con sus plataformas ideológicas.

Pensar que estos vínculos no arrojan luz sobre diferentes problemas de investigación es dejar pasar una oportunidad única para analizar la política colombiana en la era de las redes sociales.

## CONCLUSIONES

Este documento empezó discutiendo el concepto de polarización política de manera general, de tal modo que fuera posible abarcar sus causas, consecuencias y las variantes existentes analizadas en la literatura reciente. Con este mapa conceptual como trasfondo, se describieron las dinámicas que inducen la polarización y la despolarización en el entorno digital, el contexto en el que se sitúa esta investigación. Desde este lugar de enunciación, se intentó poner en contexto dos marcos explicativos sobre el comportamiento político en redes sociales. Por una parte, la teoría que sostiene que la homofilia ideológica y la exposición selectiva partidista conducen a las personas a asociarse y consumir información política que es consistente con sus sesgos políticos y, por la otra, el enfoque que afirma que las redes sociales tienen el potencial para reducir la polarización política en línea cuando se activan lazos débiles que conectan a usuarios de distintas comunidades.

En lo que respecta al primer punto, una parte importante de la literatura sugiere que en un ambiente informativo y comunicacional de alta elección como el que crean las redes sociales, estos patrones tienden a ser agudizados por los algoritmos de la plataforma, que segregan a los usuarios en barrios aislados donde solo interactúan con individuos que comparten similitudes en términos ideológicos. El resultado de este proceso es un aumento en los niveles de polarización política en la red. En líneas similares, se dialoga también con otra parte de la literatura que propone el patrón inverso; a saber, que las redes sociales crean entornos que le facilitan a las personas consumir información política diversa al estar integrados a redes ideológicamente heterogéneas. El resultado de este proceso es una disminución en los niveles de polarización ideológica en la red.

Esta investigación adoptó un punto medio entre ambas teorías y postuló, en concordancia con ello, que los mismos mecanismos de red que facilitan la polarización cuando los individuos poseen rasgos altamente homofílicos pueden posibilitar otras formas de intercambio ideológicos cuando los usuarios muestran patrones de comportamiento heterofílicos. De ahí que la pregunta de investigación formulada indagara sobre las condiciones bajo las cuales la segregación algorítmica de redes sociales como Twitter contribuyan al aumento como la reducción de la polarización política en línea y propusiera algunas hipótesis en esa dirección.

La primera hipótesis señalaba que era altamente probable que la segregación algorítmica indujera la polarización cuando los individuos mostraran patrones de asociación homofílica relativamente altos en términos ideológicos. La segunda hipótesis proponía que, en comparación con las redes polarizadas, las no polarizadas exhibían niveles de segregación ideológica nula o, en su defecto, baja debido al efecto que ejercen los llamados lazos débiles que conectan a los usuarios con información novedosa, facilitando la formación de comunidades alternas y fracturando la estructura de la red en varias comunidades. Finalmente, una tercera hipótesis sostenía que en un entorno digital polarizado era probable que los medios de comunicación cementaran divisiones que apuntalaban la polarización política.

Se evaluaron estas hipótesis en el contexto colombiano en el cual las redes sociales han alcanzado un periodo de madures considerable, hoy son parte integral de la política cotidiana. Los políticos las usan para activar sus bases electorales, los medios para hacer circular sus noticias, la ciudadanía para interactuar e informarse y los movimientos sociales para el activismo político. En Colombia, como en otros lugares del mundo, Twitter es un espacio en disputa, en el que diferentes fuerzas políticas confrontan por el control de la narrativa y la agenda de las redes. De ahí que la plataforma fuese el espacio idóneo para evaluar conjuntamente los diferentes procesos de los que partió esta investigación. Dos razones adicionales justificaron esta elección. La primera es que Twitter, a diferente de otras plataformas, tiende a concitar a los diferentes actores de la política colombiana contemporánea y, la segunda, permite que interactúen dentro de un mismo “marco simbólico” (Barberá, 2015).

Dada esta convergencia entre el mundo político y la tuitósfera es probable que cuando el mundo político entre en conflicto Twitter entre en conflicto (Calvo, 2015). De ahí que las crisis políticas sean la oportunidad para, como sostiene el mismo Calvo, decodificar el funcionamiento de las redes sociales en contextos políticos. Son en esos periodos cuando las redes se activan y develan las conexiones íntimas de la política. Esta investigación se basó en tres eventos críticos ocurridos en Colombia en los últimos años (#Uribe, #AcuerdoDePaz y #AbortoLegal) y recopiló datos sociales de Twitter para analizar el comportamiento políticos de los usuarios colombianos durante estos conflictos sociopolíticos.

Pero en línea con estos eventos se ofreció también una contextualización amplia de la política colombiana de las últimas décadas, de modo que el lector pudiera reconocer el contexto político en el que se insertan las redes sociales en Colombia. Si bien el objetivo empírico es mapear los eventos políticos que ahí tienen lugar para comprender las dinámicas que inducen la polarización, es imposible llegar a ese punto sin una descripción mínima del entorno que dinamiza los conflictos políticos y sociales en el país.

A lo largo de los capítulos de resultados se comprueban los supuestos planteados en esta investigación, cuando se activa la homofilia ideológica, la segregación algorítmica puede polarizarnos (#Uribe) pero también puede reducir la polarización cuando aparecen lazos débiles que conectan las diferentes comunidades (#AcuerdoDePaz). El aporte más relevante en esta dirección y a la literatura especializada sobre el tema tiene que ver con la puesta al descubierto de “redes híbridas” en el entorno digital en las cuales hay polarización y a la vez intercambios ideológicos cruzados (#AbortoLegal).

En lo que respecta a la hipótesis sobre el rol de los medios en entornos virtuales polarizados se encontró que, efectivamente, sus líneas editoriales eran ideológicamente congruentes con las preferencias políticas de los usuarios. Es decir, las organizaciones mediáticas estudiadas aquí alimentaron los hábitos informativos de las comunidades polarizadas. Los medios que eran compartidos dentro de una comunidad difícilmente lo fueron en la otra.

Si bien la polarización en el entorno digital puede recibir un impulso por parte de los medios de comunicación que se benefician de las audiencias politizadas y de la lógica de fragmentación de la red, también es cierto, como demuestra el sistema mediático colombiano, que hay incentivos político-económicos que los lleva a alinearse con élites políticas para remarcar la oposición hacia fuerzas políticas contrarias. La partidización de los medios no solo los convierte en un transmisor de la polarización, sino también en un actor político que entra de lleno en la batalla política.

En consecuencia, como era de esperarse el nivel de polarización agregado debido al efecto de la cámara de eco de Twitter varió de un evento a otro. Los resultados son consistentes con la expectativa teórica, las redes pueden facilitar diferentes patrones de intercambio ideológicos cuando se activan diferentes mecanismos a nivel individual. Por consiguiente, se demuestra que, al igual que estudios previos, el patrón de difusión de

información ideológica cruzada es tan frecuente como los intercambios ideológicos polarizados (Barberá y otros, 2015; Aruguete, 2019). En términos generales, los hallazgos ofrecen una imagen mixta sobre el papel de la cámara de eco de Twitter en el comportamiento político en línea. Redes polarizadas y no polarizadas conviven en un mismo espacio.

Estos hallazgos sugieren que la polarización no es tanto un problema exclusivo de la cámara de eco, sino el resultado de la interacción entre los usuarios y los algoritmos de segregación que median en la promoción de contenidos que circulan dentro de la plataforma. Esta interacción varía con base en los patrones de homofilia/heterofilia que guían las decisiones individuales en la búsqueda de información e interconexión políticas. Estas dinámicas que inducen la polarización en la red pueden extrapolarse para pensar la lógica de la polarización por fuera de redes o incluso dentro de otras plataformas de redes sociales.

Garrett (2017) señala que uno de los temas contra los que se debería aunar esfuerzos para luchar es el de las campañas de desinformación utilizadas tanto por actores individuales como institucionales para promover objetivos políticos en la red. Ciertos actores políticos manipulan las redes sociales insertando contenidos que alimentan los discursos de odio e incrementan la percepción negativa hacia el exogrupo. El maniqueísmo ideológico es rentable en este entorno, los políticos son conscientes que las llamadas “cibertropas” harán su trabajo: propagar los mensajes políticos entre sus pares interconectados.

Sabemos hoy que lo que pasa en las redes es un reflejo de lo que pasa en el mundo político, pero falta por conocer las implicaciones de lo que ocurre en el mundo virtual en el mundo real. Los hechos ocurridos particularmente en Estados Unidos el 6 de enero de 2021 después de que se conociera la victoria de Biden sobre Trump podrían indicar que hay un correlato entre ambos mundos. La polarización cuando se vuelve perniciosa puede llevar a los actores políticos a convertir las plataformas digitales en herramientas destinadas a la incitación de la violencia. Después del evento de la Toma del Capitolio, los ejecutivos de Twitter y Facebook tomaron medidas al respecto. Twitter, por ejemplo, se vio obligado a suspender de manera permanente la cuenta de Trump y Facebook a bloquearla de forma indefinida si el magnate no facilitaba la transición pacífica del poder. Para ambas plataformas el presidente violaba las políticas de integridad civil y desinformación electoral al arengar constantemente que había ocurrido un fraude electoral.

En suma, como se discutió en el Capítulo 1, siempre que no trascienda cierto umbral y se convierta en extremismo y fomento discursos de odio, la polarización no se convertirá en un problema para la democracia; por el contrario, niveles relativamente estables activarán la participación política, facilitarán la toma de decisiones al aclarar las alternativas políticas y la posición de los candidatos y partidos políticos sobre los temas del debate público y, por último, creará fuertes vínculos entre los partidos y los votantes. Finalmente, mantener la polarización política en sus límites no es tanto un compromiso de la plataforma, sino de quienes la usan y de quienes hacen política a través de ella.

Como demuestran los casos estudiados aquí, la polarización en Twitter está concentrada específicamente en grupos que no representan la totalidad de los usuarios. Estas personas, por lo general, son las más interesadas en la política y siguen con mayor frecuencia a los políticos con los que comparten similitudes en el plano ideológico. Al tratarse de un problema focalizado, y no de un problema que impregna toda la red, es compromiso de los actores políticos mantener la confrontación dentro de los límites democráticos y evitar que una polarización perniciosa erosione y paralice la democracia como ocurre actualmente en países como Venezuela. Si los actores políticos asumieran posturas más tendientes al consenso, promovieran un diálogo constructivo entre las diferentes comunidades políticas, la empatía y el entendimiento mutuo, podría llevarlos a una comunicación más abierta y respetuosa dentro del ámbito político.

Más importante aún, esta investigación pone al descubierto que las redes pueden también ser altamente flexibles a la interconexión y mostrar una mixtura en la que la polarización y el diálogo político conviven dentro de un mismo marco. El grado en la que cada una puede expresarse depende de la densidad de las interconexiones entre usuarios. Si la interacción entre usuarios moderados es más alta en comparación con la de usuarios ideológicamente intensos el nivel agregado de polarización política será bajo y con poco efecto para modelar la conversación política tal y como nos muestra #AbortoLegal.

Ante los hallazgos que pone de relieve esta investigación es necesario anotar algunos replanteamientos a las teorías que abordan estos fenómenos de manera aislada en las redes sociales. El argumento más fuerte en esa dirección sostiene que no existe una contradicción en estas perspectivas, antes bien, ambos planteamientos son complementarios y se pueden enriquecer aportando evidencia empírica en ambos sentidos. Los hallazgos presentados en



este trabajo sugieren que tanto las redes polarizadas como las no polarizadas conviven y son absolutamente compatibles en entornos digitales como Twitter.

Los hallazgos obtenidos aquí pueden ayudar a explicar las contradicciones en la literatura que explora la polarización política en los sitios de redes sociales. Además, esta investigación pone en el centro de la discusión la importancia de los estudios comparativos de casos para comprender más a fondo la dinámica de los procesos que pueden polarizarnos o no según sea el caso. Los estudios de caso único tienen una aplicación limitada, como bien muestra esta investigación el nivel agregado de polarización en la plataforma varía mucho en función de los temas tratados, del grado de partidismo entre los usuarios y de la cooptación de los eventos por los actores políticos.

Hay temáticas como el aborto que al entrelazar las agendas de los usuarios rompen de tajo con la polarización ideológica. Si nos enfocamos en una única dimensión se estaría sobrerrepresentado el problema en cuestión, a saber, que las tendencias estructurales de la red fomentan la polarización o la reducen y no habría cabida para teorías que expliquen las redes que contienen elementos propios de ambos fenómenos, como la red mixta de #AbortoLegal.

Hoy conocemos más a fondo la dinámica de las redes y de los algoritmos que gobiernan el entorno digital debido a que la investigación social cuenta con una mayor disponibilidad de datos. También sabemos que es imposible acceder a la masiva cantidad de datos que producen las interacciones sociodigitales, pero hemos aprendido a lidiar con este problema centrándonos en aspectos específicos de la realidad política, social o cultural que se quiere analizar y capturar datos sobre esa parcela para descubrir los patrones de comportamientos subyacente en ese pequeño mundo de interconexiones que crean las personas en su paso por la red.

Los desarrollos en el campo de las ciencias sociales computacionales ponen a disposición de la investigación herramientas tecnológicas que facilitan la extracción, procesamiento y parametrización de los datos. Asistimos a una suerte de expansión de la estadística de redes al mundo de la investigación social, que nos permite modelar el comportamiento de los usuarios y explicar cómo funcionan las redes y cómo se forman comunidades políticas que persiguen objetivos políticos y comunicativos concretos más allá de las redes.

El análisis de redes es un enfoque que posibilita la reducción de la complejidad del mundo de las redes sociales de tal modo que facilita a nivel agregado la visualización de las interconexiones entre individuos. Como se trata con datos relacionales, metodológicamente, se eligió este enfoque para contrastar las hipótesis centrales de esta investigación, para las cuales se aplicaron algoritmos de diseño para visualizar información sobre los procesos que aumentan o disminuyen la polarización en el entorno digital.

Sin duda, el análisis de redes es un método potente para estimar los fenómenos políticos en la red. La aplicación de estas herramientas en este ámbito es un ejemplo de la utilidad que podrían tener en la exploración de preguntas de investigación sobre el comportamiento humano en redes sociales en ámbitos que van más allá de la esfera político-comunicacional. Los datos de redes sociales constituyen una nueva fuente de información que pueden ayudar a explicar muchos fenómenos de la vida social.

Una ventaja de Twitter como fuente de datos es que permite investigar el comportamiento de los individuos en un entorno en el que ocurre de manera natural, esto facilita la nula interferencia del investigador y contribuye a la neutralidad metodológica. Por supuesto, se podrían discutir los problemas de fiabilidad y validez que la extracción de datos de redes sociales presenta. Pero podemos sortear estos problemas recogiendo el mayor número de datos disponibles, de tal forma que si bien no constituyen una muestra representativa de la red al menos que lo sean de los eventos que se estudian. Con ello disminuimos los riesgos de confiabilidad y validez de los datos obtenidos por plataformas digitales, que enfrentan problemas de muestreo debido a las limitaciones implícitas en las APIs de recolección de información.

Las inferencias que se hacen en base a estas muestras no representan el conjunto completo de usuarios de Twitter. En la presentación de los resultados, nos limitamos el análisis a aquellos individuos que representan cada evento en Twitter. La validez de las generalizaciones que hagamos al resto de la sociedad, siguiendo a Barberá (2015), está condicionada a la superación de las barreras que limitan la representatividad del debate en esta plataforma.

Por supuesto, este estudio tiene importantes limitaciones que deben abordarse en futuras investigaciones para obtener resultados más completos y generalizables. En primer lugar, se centró únicamente en un conjunto de datos que se circunscriben al comportamiento

de usuarios de Twitter sobre eventos particulares, por lo que no se puede generalizar a otras plataformas de redes sociales ni mucho menos a otros contextos sociales. Sin embargo, esta investigación podría dar luces sobre cómo abordar estos problemas en otras plataformas como Facebook o Instagram.

Los estudios que en el futuro consideren esta dinámica en múltiples plataformas podrán ofrecer una visión más amplia sobre el problema en cuestión. Twitter es solo un microsistema dentro del ecosistema mediático digital, lo cual resulta problemático sacar conclusiones generales sobre los problemas tratados aquí como fenómenos uniformes presentes en todas las redes a partir de las tendencias halladas en esta red. En segundo lugar, aunque aquí se comparen diferentes casos todos corresponden a un mismo país. Los contextos políticos difieren y sería relevante incluir también otros países con penetraciones relativamente altas de redes sociales y con dinámicas similares a la colombiana para respaldar las afirmaciones específicas de esta investigación. En efecto, el problema de la polarización en línea se ve limitado por la escasez de estudios comparativos tanto a nivel de plataformas como de países.

En tercer lugar, este estudio se basa en datos de redes y se enfoca en los patrones de interacción entre individuos a nivel agregado, por lo que la investigación tampoco arroja luz sobre las características sociodemográficas y actitudinales de quienes participan en estas redes. Aquí subyace otra limitación, que investigaciones futuras podrían contribuir complementando con datos de encuesta los datos de redes para conocer más a fondo los patrones de comportamiento de quienes participan activamente de estos eventos políticos. Una ventaja importante es que los datos de redes proporcionan información de los usuarios que podría facilitar el contacto y ahondar más sobre sus características particulares.

En cuarto lugar, en la red la polarización también se traduce en una batalla por la narrativa, una línea que se puede abrir hacia una nueva perspectiva de hacer *framing* desde la comunicación política para estudiar cómo lo semántico y simbólico atraviesan las disputas políticas y sociales. Finalmente, lo realizado en esta investigación es un acercamiento a un campo de estudio todavía poco explorado en América Latina. Las investigaciones futuras interesadas en abordar el tema podrían profundizar siguiendo alguno de los ejes señalados y contribuir al conocimiento del comportamiento político en el entorno digital.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramowitz, A., & Saunders, K. (2008). Is Polarization a Myth? *The Journal of Politics*, 70(2), 542-555. <https://doi.org/10.1017/S0022381608080493>
- Abramowitz, A., & McCoy, J. (2019). United States: Racial Resentment, Negative Partisanship, and Polarization in Trump's America. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 681(1), 137-156. <https://doi.org/10.1177/0002716218811309>
- Abramowitz, A., & Saunders, K. (2005). Why Can't We All Just Get Along? The Reality of a Polarized America. *The Forum*, 3(2), 1-22. <https://doi.org/10.2202/1540-8884.1076>
- Al Zamal, F., Liu, W., & Ruths, D. (2021). Homophily and latent attribute inference: Inferring latent attributes of twitter users from neighbors. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 6(1), 387-390. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.1609/icwsm.v6i1.14340>
- Albarracín, J., Gamboa, L., & Mainwaring, S. (2018). Deinstitutionalization without Collapse: Colombia's Party System. En S. Mainwaring, *Party Systems in Latin America. Institutionalization, Decay, and Collapse* (págs. 227-254). Cambridge University Press.
- Arceneaux, K., & Johnson, M. (2015). More a Symptom Than a Cause: Polarization and Partisan News Media in America. En A. Yoshinaka, & J. Thurber, *American Gridlock: The Sources, Character, and Impact of Political Polarization* (págs. 309-336). Cambridge University Press.
- Aruguete, N. (2019). "¿Twitter acrecienta la polarización política?". *Beers & Politics* (02), 22-25. Recuperado a partir de [https://www.researchgate.net/publication/330567082\\_TWITTER\\_ACRECIENTA\\_LA\\_POLARIZACION\\_POLITICA](https://www.researchgate.net/publication/330567082_TWITTER_ACRECIENTA_LA_POLARIZACION_POLITICA)
- Aruguete, N., Calvo, E., & Ventura, T. (2020). Polarization, News Sharing, and Gatekeeping: A study of the #Bolsonaro Election. *Digital Journalism*, 9(1), 1-23. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1852094>
- Atilano, J. (2019). Fisuras en la cámara de eco en tres procesos electorales. *Comunicación y Sociedad*, 16(e7259), 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7259>
- Bail, C., Argyle, L., Brown, T., Bumpus, J., Chen, H., Hunzaker, M., . . . Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *PNAS*, 115(37), 9216-9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science Magazine*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>

- Baldassarri, D., & Bearman, P. (2007). Dynamics of Political Polarization. *American Sociological Review*, 72(5), 784-811. <https://doi.org/10.1177/000312240707200507>
- Banks, A., Calvo, E., David, K., & Telhami, S. (2021). #PolarizedFeeds: Three Experiments on Polarization, Framing, and Social Media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 609-634. <https://doi.org/10.1177/1940161220940964>
- Barberá, P. (2014). How Social Media Reduces Mass Political Polarization. Evidence from Germany, Spain, and the U.S. *American Political Science Association Conference* (págs. 1-46). Job Market Paper, New York University, 46. Recuperado a partir de [http://pablobarbera.com/static/barbera\\_polarization\\_APSA.pdf](http://pablobarbera.com/static/barbera_polarization_APSA.pdf)
- Barberá, P. (2015). Birds of the Same Feather Tweet Together: Bayesian Ideal Point Estimation Using Twitter Data. *Political Analysis*, 23(1), 76-91. <https://doi.org/10.1093/pan/mpu011>
- Barberá, P. (2020). Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization. En N. Persily, & J. Tucker, *Social Media and Democracy: The State of the Field* (págs. 34-55). Nueva York: Cambridge University Press.
- Barberá, P., Jost, J., Nagler, J., Tucker, J., & Bonneau, R. (2015). Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science*, 26(10), 1531-1542. <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>
- Basset, Y. (2018a). Claves del rechazo del plebiscito para la paz en Colombia. *Estudios Políticos*, 52, 241-265. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n52a12>
- Basset, Y. (2018b). Las elecciones en Colombia: una reorganización inédita del escenario político. *Revista Foro* (95), 8-18. Recuperado a partir de <https://foro.org.co/product/edicion-95/>
- Basset, Y. (2020). La polarización y los nuevos clivajes políticos colombianos en perspectiva territorial. En P. Montilla Niño, & C. Jiménez, Magda, *Elecciones 2018 en Colombia : la competencia política en un escenario de paz* (págs. 205-233). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias: Innovación en los diarios online*. Manantial.
- Borda, S. (2018). Presidenciales en Colombia: ¿polarización o deterioro de la conversación política? *Nueva Sociedad*, Recuperado a partir de <https://www.nuso.org/articulo/presidenciales-en-colombia-polarizacion-o-deterioro-de-la-conversacion-politica/>.
- Borgatti, S., & Lopez-Kidwell, V. (2011). Network Theory. En J. Scott, & P. Carrington, *The SAGE Handbook of Social Network Analysis* (págs. 40-54). SAGE Publications.

- Bornschiefer, S. (2016). Historical polarization and representation in South American party systems, 1900-1990. *British Journal of Political Science*, 49(1), 153-179. <https://doi.org/10.1017/S0007123416000387>
- Bougher, L. D. (2017). The correlates of discord: identity, issue alignment, and political hostility in polarized America. *Political Behavior*, 39(3), 731-762. <https://doi.org/10.1007/s11109-016-9377-1>
- Boxell, L., Gentzkow, M., & Shapiro, J. (2017). Greater Internet use is not associated with faster growth in political polarization among US demographic groups. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(40), 10612-10617. <https://doi.org/10.1073/pnas.1706588114>
- Bright, J. (2016). The Social News Gap: How News Reading and News Sharing Diverge. *Journal of Communication*, 66(3), 343-365. <https://doi.org/10.1111/jcom.12232>
- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina: Tuiteando #Nisman*. Capital Intelectual.
- Calvo, E., & Aruguete, N. (2018). #Tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13(1), 189-213. <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2831>
- Calvo, E., & Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funciona (para bien o para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Cardenal, A., Aguilar-Paredes, C., Cristancho, C., & Majó-Vázquez, S. (2019). Echo-chambers in online news consumption: Evidence from survey and navigation data in Spain. *European Journal of Communication*, 34(4), 360-376. <https://doi.org/10.1177/0267323119844409>
- Cardona, L. M., & Londoño, C. (2018). La retórica del miedo como estrategia política. El plebiscito por la paz en Colombia. *Forum. Revista Departamento de Ciencia Política*(14), 43-6. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n14.69614>
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. Siglo XXI Editores.
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchini, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), 1-8. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Crespo, I., Garrido, A., Martínez, A., & Mora, A. (2021). Polarización afectiva, partidismo negativo y brecha perceptiva. Una aproximación teórica. *Más Poder Local*, 45, 7-20. Recuperado a partir de <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-aproximacion-teorica-mpl45>
- Csardi, G., & Nepusz, T. (2006). The igraph software package for complex network research. *InterJournal, Complex Systems*, 1695(5), 1-9. Recuperado a partir de

<https://www.semanticscholar.org/paper/The-igraph-software-package-for-complex-network-Cs%C3%A1rdi-Nepusz/1d2744b83519657f5f2610698a8ddd177ced4f5c>

- Dalton, R. (2008). "The Quantity and the Quality of Party Systems : Party System Polarization, Its Measurement, and Its Consequences". *Comparative Political Studies*, 41(7), 899-920. <https://doi.org/10.1177/0010414008315860>
- Dávila, V. (05 de 09 de 2020). La verdad del caso Uribe. *Revista Semana*. Recuperado a partir de <https://bit.ly/40wOT55>
- de Castelbajac, M. (13 de 02 de 2022). Una sociedad “aborto cero” es ciencia ficción. *Razón Pública*. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3xkTn1x>
- Del Vicario, M., Bessi, A., Petroni, F., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G., . . . Quattrocioni, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>
- Downs, A. (1957). An Economic Theory of Political Action in a Democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135-150. <https://doi.org/10.1086/257897>
- Druckman, J., & Levendusky, M. (2019). What Do We Measure When We Measure Affective Polarization? *Public Opinion Quarterly*, Vol. 83, núm. 1, 83, 114-122. <https://doi.org/10.1017/S0003055412000500>
- Druckman, J., Peterson, E., & Slothuus, R. (2013). How Elite Partisan Polarization Affects Public Opinion Formation. *American Political Science Review*, vol. 107, núm. 1, 107(1), 57-79. <https://doi.org/10.1093/poq/nfz003>
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated:the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729-745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Duque, J. (2019). La oposición partidista en Colombia 2010-2018. Radicalización de derecha y confrontación de izquierda. *FORUM. Revista Departamento Ciencia Política*, 16, 59-92. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n16.78258>
- Duque, J. (2020). Las elecciones presidenciales de Colombia en 2018: candidatos, autocandidatos y seudocandidatos. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 11(1), 234-266. <https://doi.org/10.21501/22161201.2995>
- Dylko, I., Dolgov, I., Hoffman, W., Eckhart, N., Molina, M., & Aaziz, O. (2017). The dark side of technology: An experimental investigation of the influence of customizability technology on online political selective exposure. *Computers in Human Behavior*, 73, 181-190. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.031>
- Feldmann, A. (2019). Colombia’s Polarizing Peace Efforts. En T. Carothers, & A. O’Donohue, *Democracies Divided: The Global Challenge of Political Polarization* (págs. 153–76). Brookings Institution Press.

- Festinger, L. ([1957] 1975). *Teoría de la disonancia cognitiva*. Instituto de Estudios Políticos.
- Fiorina, M., & Abrams, S. (2008). Political Polarization in the American Public. *The Annual Review of Political Science*, 11, 563–588. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>
- Fiorina, M., & Levendusky, M. (2006). Disconnected: The Political Class versus the People. En D. Brady, & P. Nivola, *Red and Blue Nation? Characteristics, Causes, and Consequences of America's* (págs. 49-61). Washington, DC: Brookings Institution Press and the Hoover Institution Press.
- Fiorina, M., Abrams, S., & Pope, J. (2005). *Culture War? The Myth of a Polarized America*. New York: Pearson Longman.
- Fletcher, R., Cornia, A., & Nielsen, R. (2019). How Polarized Are Online and Offline News Audiences? A Comparative Analysis of Twelve Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 25(2), 169–195. <https://doi.org/10.1177/1940161219892768>
- Fruchterman, T., & Reingold, E. (1991). Graph Drawing by Force-directed Placement. *Software-Practice and Experience*, 21(11), 1129-1164. <https://doi.org/10.1002/spe.4380211102>
- Gamboa, L. (2019). El reajuste de la derecha colombiana. El éxito electoral del uribismo. *Colombia Internacional*, 99, 187-214. <https://doi.org/10.7440/colombiaint99.2019.07>
- Garbiras-Díaz, N., García-Sánchez, M., & Matanock, A. (2021). Political Elite Cues and Attitude Formation in Post-Conflict Contexts. *ESOC Working Paper*(19), 1-34. <https://doi.org/10.26085/C3G010>
- García Duarte, R. (2018). Fracturas ideológicas y recomposición parcial de partidos, coaliciones y liderazgos. *Revista Foro*(94), 19-26. <https://doi.org/https://foro.org.co/product/edicion-94/>
- García Sánchez, M. (2017). Partidos políticos y opinión pública en Colombia. Crisis de confianza, desafección, polarización y un nuevo competidor. *Revista Foro*(92), 98-109. Recuperado a partir de <https://foro.org.co/product/edicion-92/>
- García-Guadilla, M. P., & Mallen, A. (2019). Polarization, Participatory Democracy, and Democratic Erosion in Venezuela's Twenty-First Century Socialism. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 681(1), 62-77. <https://doi.org/10.1177/0002716218817733>
- Garret, K. (2017). The “Echo Chamber” Distraction: Disinformation Campaigns are the Problem, Not Audience Fragmentation. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 370-376. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.09.011>



- Garrett, K. (2013). Selective Exposure: New Methods and New Directions. *Communication Methods and Measures*, 7(3-4), 247-256. <https://doi.org/10.1080/19312458.2013.835796>
- Gastón Silva, M. (2018). *Predicción de Tendencias en Redes Sociales basada en características sociales y contenido*. Obtenido de [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Córdoba]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Córdoba: Recuperado a partir de <https://bit.ly/3Zk1HeA>
- González, M. F. (2017). La «posverdad» en el plebiscito por la paz en Colombia. *Nueva Sociedad*(269), 114-126. Recuperado a partir de <https://nuso.org/articulo/la-posverdad-en-el-plebiscito-por-la-paz-en-colombia/>
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380 . <https://doi.org/10.1086/225469>
- Gruzd, A., & Haythornthwaite, C. (2011). Networking Online: Cybercommunities. En J. Scott, & P. Carrington, *The SAGE Handbook of Social Network Analysis* (págs. 167-179). SAGE Publications.
- Guerrero, M. A. (2014). The ‘Captured Liberal’ Model of Media Systems in Latin America. En M. A. Guerrero, & M. Márquez-Ramírez, *Media Systems and Communication Policies in Latin America* (págs. 43-65). Palgrave Macmillan.
- Gutiérrez, F. (2007). *¿Lo que el viento se llevó? Los partidos políticos y la democracia en Colombia (1958-2002)*. Grupo Editorial Norma.
- Gutierrez, F. (22 de Abril de 2017). Más que polarización hay una radicalización de la extrema derecha. *Semana*, págs. Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/politologo-francisco-gutierrez-sobre-la-oposicion-politica-en-colombia/522859/>.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 24(2), 175–195. <https://doi.org/10.1177/016344370202400202>
- Hermida, A. (2010). Twittering the News. The emergence of ambient journalis. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Hetherington, M. (2009). Review Article: Putting Polarization in Perspective. *British Journal of Political Science*, 39(2), 413-448. <https://doi.org/10.1017/S0007123408000501>
- Himelboim, I., Smith, M., & Shneiderman, B. (2013). Tweeting Apart: Applying Network Analysis to Detect Selective Exposure Clusters in Twitter. *Communication Methods and Measures*, 7(3-4), 195-223. <https://doi.org/10.1080/19312458.2013.813922>

- Howison, J., Andrea, W., & Crowston, K. (2012). Validity Issues in the Use of Social Network Analysis with Digital Trace Data. *Journal of the Association for Information Systems*, 12(12), 767-797. <https://doi.org/10.17705/1jais.00282>
- Huddy, L., Mason, L., & Aaroe, L. (2015). Expressive Partisanship: Campaign Involvement, Political Emotion, and Partisan Identity. *American Political Science Review*, 109(1), 1-17. <https://doi.org/10.1017/S0003055414000604>
- Igal Browarnik, M., Ortiz de Zarate, J., & Feuerstein, E. (2020). Identificación de comunidades en intervalos de tiempo a través del lenguaje. *AGRANDA, Simposio Argentino de Ciencia de Datos y Grandes Datos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata. Recuperado a partir de [sedici.unlp.edu.ar:10915/116417](http://sedici.unlp.edu.ar:10915/116417)
- Iyengar, S., & Hahn, K. (2009). Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication*, 59(1), 19-39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>
- Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). Fear and Loathing across Party Lines: New Evidence on Group Polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690-707. <https://doi.org/10.1111/ajps.12152>
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., & Westwood, S. (2019). The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22(1), 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, Not Ideology: A Social Identity Perspective on Polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405-431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Kessler, G., Focas, B., Ortiz de Zárate, J., & Feuerstein, E. (2020). Los divergentes en un escenario de polarización. Un estudio exploratorio sobre los “nopolarizados” encontradas sobre noticias de delitos en la televisión argentina. *Revista SAAP*, 14(2), 211-340. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A3>
- Kobourov, S. G. (2013). Force-Directed Drawing Algorithms. En R. Tamassia, *Handbook of Graph Drawing and Visualization* (págs. 383-408). CRC Press.
- Kümpel, A., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*, 1(2), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305115610141>
- Kwak, H., Changhyun, L., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? *Proceedings of the 19th international conference on World wide web* (págs. 591-600). New York: Association for Computing Machinery.
- La República. (5 de octubre de 2016). El No ha sido la campaña más barata y más efectiva de la historia. *La República*. Obtenido de <http://www.larepublica.co/el-no-ha>

sido%02la-campa%C3%B1a-m%C3%A1s-barata-y-m%C3%A1s-efectiva-de%02la-historia\_427891

- Lauka, A., McCoy, J., & Firat, R. (2018). Mass partisan polarization: measuring a relational concept. *American Behavioral Scientist*, Vol. 62, núm 1, 62(1), 107-126. <https://doi.org/10.1177/0002764218759581>
- Lelkes, Y., Sood, G., & Iyengar, S. (2017). The hostile audience: the effect of access to broadband internet on partisan affect. *American Journal of Political Science*, 61(1), 5-20. <https://doi.org/10.1111/ajps.12237>
- Levendusky, M. (2009). The Microfoundations of Mass Polarization. *Political Analysis*, 17(2), 162-176. <https://doi.org/10.1093/pan/mpp003>
- Levendusky, M. (2010). Clearer Cues, More Consistent Voters: A Benefit of Elite Polarization. *Political Behavior*, 32(1), 111-131. <https://doi.org/10.1007/S11109-009-9094-0>
- Levendusky, M. (2013). Why do partisan media polarize voters? *American Journal of Political Science*, 57(3), 611-623. <https://doi.org/10.1111/ajps.12008>
- Levendusky, M., & Malhotra, N. (2016). (Mis)perceptions of Partisan Polarization in the American Public. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 378-391. <https://doi.org/10.1093/poq/nfv045>
- Losada, R., & Liendo, N. (2016). El partido "Centro Democrático" en Colombia: razones de su surgimiento y éxito. *Análisis Político*, 29(87), 41-59. <https://doi.org/10.15446/anpol.v29n87.60717>
- Lupu, N. (2015). Party Polarization and Mass Partisanship: A Comparative Perspective. *Political Behavior*, 37, 331-356. <https://doi.org/10.1007/s11109-014-9279-z>
- Marin, A., & Wellman, B. (2011). Social Network Analysis: An Introduction. En J. Scott, & Carrington, Peter, *The SAGE Handbook of Social Network Analysis* (págs. 11-25). SAGE Publications.
- Mason, L. (2015). "I Disrespectfully Agree": The Differential Effects of Partisan Sorting on Social and Issue Polarization. *American Journal of Political Science*, 59(1), 128-145. <https://doi.org/10.1111/ajps.12089>
- Mason, L. (2016). A Cross-Cutting Calm: How Social Sorting Drives Affective Polarization. *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, núm. S1, 80(S1), 351-377. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw001>
- Matanock, A., & García-Sánchez, M. (2017). The Colombian Paradox: Peace Processes, Elite Divisions & Popular Plebiscites. *Daedalus*, 146(4), 152-166. [https://doi.org/10.1162/DAED\\_a\\_00466](https://doi.org/10.1162/DAED_a_00466)

- McCoy, J., & Rahman, T. (2016). Polarized Democracies in Comparative Perspective: Toward a Conceptual Framework. *International Political Science Association Conference*, (págs. 1-33). Poznan.
- McCoy, J., Rahman, T., & Somer, M. (2018). Polarization and the Global Crisis of Democracy: Common Patterns, Dynamics, and Pernicious Consequences for Democratic Polities. *American Behavioral Scientist*, 62(1), 16-42. <https://doi.org/10.1177/0002764218759576>
- Messing, S., & Westwood, S. (2012). Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online. *Communication Research*, 41(8), 1-22. <https://doi.org/10.1177/0093650212466406>
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P., Wagner, C., & Leiva, S. (2016). La brecha de las noticias en Argentina: factores contextuales y preferencias de periodistas y público. *Palabra Clave*, 19(4), 1027-1047. <https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.4.4>
- Montoya-Londoño, C. (2014). In Search of a Model for the Colombian Media System Today. En M. A. Guerrero, & M. Márquez-Ramírez, *Media Systems and Communication Policies in Latin America* (págs. 66-81). Palgrave Macmillan.
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica .
- Naciones Unidas. (24 de 11 de 2021). *Naciones Unidas*. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3Xeeala>
- Nasi, C., & Rettberg, A. (2019). Colombia's Farewell to Civil War: Reaching Closure in a Divided Society. En W. Zartman, *How Negotiations End* (págs. 62-82). Cambridge University Press.
- Newman, M. (2018). *Networks*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198805090.001.0001>
- Ognyanova, K. (2016). *Network Analysis and Visualization with R and igraph*. Recuperado a partir de <https://kateto.net/>
- Ortega, P., & Reyna, M. (2022). Veracidad, política y espacio público. El tratamiento de "las mañaneras" en los contenidos de Canal 11 y Canal 14. En S. Makowski, P. Ortega, & M. Reyna, *Pensar lo público desde la comunicación* (págs. 45-76). Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco y Editorial Itaca.
- Papacharissi, Z. (2016). Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307-324. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.

- Patty, J., & Penn, M. (2016). Network Theory and Political Science. En J. Nicoll Victor, A. Montgomery, & M. Lubell, *The Oxford Handbook of Political Networks* (págs. 147-171). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190228217.013.12>.
- Pechenkina, A., & Gamboa, L. (2019). Who undermines the peace at the ballot box? The case of Colombia. *Terrorism and Political Violence*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09546553.2019.1676239>
- Pfeffer, J. (2017). Visualization of Political Networks. En J. Nicoll Victor, A. Montgomery, & M. Lubell, *The Oxford Handbook of Political Networks* (págs. 277-300). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190228217.013.13>.
- Pizarro, E. (2021). La democracia en Colombia ¿bajo cuidados intensivos? *Revista Foro*, 5(5), 21-32. Recuperado a partir de <https://www.revistaforo.com/2021/0505-03>
- Pons, P., & Latapy, M. (2005). Computing Communities in Large Networks Using Random Walks. En Y. Pinar, C. Özturan, T. Güngör, & F. Gürgen, *Computer and Information Sciences* (págs. 284–293). Springer.
- Prior, M. (2013). Media and Political Polarization. *Annual Review of Political Science*, 16, 101-127. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>
- Przeworski, A. (1986). Some problems in the study of transition to democracy. En G. O'Donnell, P. Schmitter, & L. Whitehead, *Transitions from authoritarian rule: Comparative perspectives* (págs. 47-64). Washington, DC: Woodrow Wilson Center.
- Puschmann, C., & Ausserhofer, J. (2017). Social Data APIs. Origin, Types. En M. Schäfer, & K. van Es, *The Datafied Society. Studying Culture through Data* (págs. 147-154). Amsterdam University Press.
- Radicchi, F., Castellano, C., Cecconi, F., Loreto, V., & Parisi, D. (2004). Defining and Identifying Communities in Networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101(9), 2658–2663. <https://doi.org/10.1073/pnas.0400054101>
- Rodríguez, G. (2014). Álvaro Uribe y Juan Manuel Santos ¿una misma derecha? *Nueva Sociedad* (254), 84-99. <https://doi.org/https://bit.ly/3MKBTLc>
- Rodríguez-Cano, C. (2021). Minería de datos y Análisis de Redes Sociales: malabarismos de una experiencia de investigación. En D. Flores-Márquez, & R. Gonzáles, *En La Imaginación Metodológica: coordinadas, rutas y apuestas para el estudio de la cultura* (págs. 25-53). Tintable.
- Rodríguez-Raga, J. C. (2017). Colombia: País del año 2016. *Revista de Ciencia Política*, 37(2), 335-367. <https://doi.org/10.4067/s0718-090x2017000200335>
- Rogowski, J. C., & Sutherland, J. L. (2016). How Ideology Fuels Affective Polarization. *Political Behavior*, 38, 485-508. <https://doi.org/10.1007/s11109-015-9323-7>

- Ross Arguedas, A., Robertson, C., Fletcher, R., & Nielsen, R. (19 de Enero de 2022). *Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: a Literature Review*. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3Jba5HF>
- Ruths, D., & Pfeffer, J. (2014). Social Media for Large Studies of Behaviour. *Science*, 346(6213), 1063-1064. <https://doi.org/10.1126/science.346.6213.1063>
- Santander, I. (2015). Análisis de responsabilidad social corporativa orientada a comunidades de usuarios en twitter. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Madrid]. *Repositorio institucional de la Universidad Autónoma de Madrid*. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3Qnrlec>.
- Sartori, G. (1976). *Partidos y sistema de partidos: marcos para un análisis*. Alianza Editorial.
- Schuliaquer, I., & Vommaro, G. (2020). Introducción:La polarización política, los medios y las redes.Coordenadas de una agenda en construcción. *Revista SAAP*, 14(2), 235-247. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.1>
- Scott, J. (2017). *Social Network Analysis*. SAGE Publications .
- Semaan, B., Robertson, S., Douglas, S., & Maruyama, M. (2014). Social Media Supporting Political Deliberation Across Multiple Public Spheres: Towards Depolarization. *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing - CSCW '14* (págs. 1409–1421). Baltimore: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2531602.2531605>
- Singer, M. (2016). Elite Polarization and the Electoral Impact of Left-Right Placements: Evidence from Latin America, 1995–2009. *Latin American Research Review*, 51(2), 174-194. <https://doi.org/10.1353/lar.2016.0022>
- Slimovich, A. (2016). La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook. *Revista de Comunicación*, 15(1), 111-127. Recuperado a partir de <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1243>
- Social, W. A. (21 de 06 de 2022). *Branch*. Recuperado a partir de <https://bit.ly/41fkIQj>
- Spohr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. *Business Information Review*, 34(3), 150–160. <https://doi.org/10.1177/0266382117722446>
- Stavrakakis, Y. (2016). *Paradoxes of Polarization and the Greek case*. Atlanta: Informe preparado para Polarized Politics Workshop, Georgia State University.
- Stroud, N. (2008). Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Political Behavior*, 30, 341–366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>

- Stroud, N. (2010). Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Sunstein. (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
- Terren, L., & Borge-Bravo, R. (2021). Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature. *Review of Communication Research*, 9, 99-118. Recuperado a partir de <https://rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/94>
- Thorson, K., & Wells, C. (2016). Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age. *Communication Theory*, 26(3), 309–328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>
- Tufano, S. (03 de 02 de 2022). ¿Cuál ‘aborto cero’? *El Tiempo*. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3HWSwcd>
- Tufekci, Z. (2014). Big Questions for Social Media Big Data: Representativeness, Validity and Other Methodological Pitfalls. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14517>
- Urman, A. (2020). Context matters: political polarization on Twitter from a comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 42(6), 857–879. <https://doi.org/10.1177/0163443719876541>
- Van Dijk, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.
- Vargas Velázquez, A. (2011). El sistema político colombiano al inicio del gobierno de Santos. *Nueva Sociedad*(231), 115-131. Recuperado a partir de <https://doi.org/https://nuso.org/articulo/el-sistema-politico-colombiano-al-inicio-del-gobierno-de-santos/>
- Waisbord, S. (2000). Media in South America. Between the rock of the state and the hard place of the market. En J. Curran, & M.-J. Park, *De-Westernizing Media Studies* (págs. 43-53). Routledge.
- Waisbord, S. (2012). Political Communication in Latin America. En H. A. Semetko, & M. Scammell, *The SAGE handbook of political communication* (págs. 437-449). SAGE Publications Ltd.
- Waisbord, S. (2017). Crisis y posprofesionalismo en el periodismo contemporáneo. En E. Mitchelstein, P. Boczkowsky, P. J. Boczkowski, & E. Mitchelstein (Edits.), *Titulares, hashtags y videojuegos. la comunicación en la era digital* (págs. 17-35). Manantial.
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista SAAP*, 14(2), 249-279. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A1>

- Webster, S., & Abramowitz, A. (2017). The Ideological Foundations of Affective Polarization in the U.S. Electorate. *American Political Research*, 45(4), 621-647. <https://doi.org/10.1177/1532673X17703132>
- Zechmeister, E., & Corral, M. (2013). Individual and Contextual Constraints on Ideological Labels in Latin America. *Comparative Political Studies*, 46(6), 675-701. <https://doi.org/10.1177/0010414012463880>
- Zingher, J. N., & Flynn, M. (2018). From on High: The Effect of Elite Polarization on Mass Attitudes and Behaviors, 1972–2012. *British Journal of Political Science*, 48(1), 23-45. <https://doi.org/10.1017/S0007123415000514>