

# La polarización en las redes sociales: actores, burbujas e intensidades

## POLARIZATION IN SOCIAL MEDIA: ACTORS, BUBBLES AND INTENSITIES

*Ramón Monteiro*

*Dpto. de Ciencias de la Comunicación. FCH-UNRC.*

[rmonteiro@hum.unrc.edu.ar](mailto:rmonteiro@hum.unrc.edu.ar)

*Hernán Vaca Narvaja*

*Dpto. de Ciencias de la Comunicación. FCH-UNRC.*

[revistaelsurdecordoba@gmail.com](mailto:revistaelsurdecordoba@gmail.com)

### Resumen

Las redes sociales se convirtieron en uno de los escenarios privilegiados para el debate público. Las diferentes perspectivas políticas e ideológicas de los internautas son aspectos que tensan las relaciones en la discusión pública. Abonan la generación de procesos cuya creciente polarización puede llevar al distanciamiento total de los internautas, con la consecuente ruptura del consenso social.

Las redes sociales al crear espacios cerrados donde conviven internautas con posiciones relativamente similares generan un *efecto burbuja* que condensa posturas, producen un tipo particular de encuadre que acerca miradas semejantes y aísla posiciones y representaciones opuestas.

El artículo analiza los procesos de polarización que ocurren en las redes sociales digitales por la difusión de perspectivas (sociales, políticas e ideológicas) enfrentadas expresadas por los actores involucrados en los actos comunicativos.

Las conclusiones muestran que las redes sociales son un ámbito de disputas constantes sobre cuestiones políticas, ideológicas, emotivas, en las cuales prevalecen discursos extremos, simplismo mayoritario y conflictos permanentes.

**Palabras clave:** Polarización, Redes sociales, Burbujas.

### Summary

Social media became one of the privileged scenarios for public debate. The different political and ideological perspectives of Internet users are aspects that strain relations in public discussion. They support the generation of polarizing processes that can lead to the total distancing of Internet users, with the consequent breakdown of social consensus.

By creating closed spaces where Internet users with relatively similar positions coexist, social media generate a bubble effect that condenses postures, produces a particular type of frame that brings similar views closer together and isolates opposite positions and representations.

The article analyzes the processes of polarization in digital social media due to the diffusion of opposing perspectives (social, political and ideological), proposed by the actors involved in the communicative acts.

The conclusions show that social media are a field of constant disputes on political, ideological,

emotional issues, prevailing extreme discourses, majority simplism and permanent conflicts.

**Keywords:** Polarization, Social Media, Bubbles.

**Recibido:** 15/08/2022

**Aceptado:** 09/11/2022

## 1. Presentación

Cuando la comunicación se polariza, todos perdemos. Se acallan voces. Se disuelven argumentos. Los escenarios de interacción se crispan al punto de que los *otros* se tornan enemigos. No funcionan los mecanismos que hacen de la palabra el mejor antídoto contra la descalificación. La vida social se vuelve inestable y difícil.

Con todo, necesitamos de la comunicación para vincularnos con los demás. La comunicación es el recurso fundamental para que los actores lleven a cabo procesos de intercambio y búsqueda de entendimiento sobre los sucesos de la vida social. No obstante, alcanzar cierto grado de entendimiento requiere comprender que el *otro* puede ser diferente por sus modos de razonar, percibir o representarse la realidad.

Las redes sociales virtuales se presentan como una de las esferas donde las disputas adquieren cada vez más intensidad. Sobre todo, en redes como Twitter y Facebook, las más utilizadas por los ciudadanos-internautas para difundir sus opiniones.

El ámbito de las redes es un lugar que se desarrolla con permanentes fricciones discursivas. El despertar tecnológico de Internet, donde la participación de los ciudadanos en el debate público se dio sobre la base de argumentos y justificaciones, quedó rápidamente archivado; ahora priman descalificaciones y escraches, produciendo un ambiente de tensiones entre líderes y seguidores y entre estos mismos, exaltando fidelidades en unos y otros bandos.

En ese contexto gana la polarización la cual adquiere sentido de “ley”, tal como lo señalan Quedo y Ramírez (2021). Imposible sustraerse a los conflictos surgidos en la vida social, política o de otro orden. Las redes sociales se convierten en escenarios donde la polarización encuentra tierra fértil para germinar; donde los internautas difunden opiniones a favor o en contra del gobierno, Estado, personajes públicos o ciudadanos.

Pero, además, las redes sociales son cada vez más utilizadas con el fin de vincularse sin intermediarios. Esta modalidad produce un tipo de comunicación que salta las barreras de los medios tradicionales y proporciona a los dirigentes y seguidores la posibilidad de que sus discursos sean receptados directamente, sin filtros, por cada uno de los involucrados en el proceso comunicacional. Una suerte de “uberización” de la comunicación (Innerarity y Colomina, 2020) que no sólo acelera las relaciones entre los involucrados, sino que produce un proceso de vinculación directa.

La polarización en las redes pone de relieve lo que existe en la sociedad: fisuras entre actores con diferentes posiciones políticas o ideológicas, donde se fortalece la propia postura como el único enfoque a considerar. En esa polarización influyen los medios de comunicación tradicionales, que crean las condiciones comunicativas favorables a uno u otro espacio mediante lenguajes, perspectivas e ideologías que tensan miradas sobre la realidad. Su exposición alimenta lo sucedido en las redes sociales, sobre todo en el campo de la política.

La polarización en las redes digitales no debe desencajarse de los procesos sociales e históricos que conforman la vida social. Hacerlo supondría incurrir en el riesgo de caer en un exceso de preponderancia sobre cuestiones tecnológicas con primacía en las “burbujas filtros” (Pariser, 2017), que encierran en una “cámara de eco” (Calvo, 2015) a quienes son más o menos iguales, aplanando el debate público y reduciendo los límites de la participación democrática.

El objetivo de este trabajo es analizar los procesos de polarización que se dan en las redes sociales

virtuales por la difusión de perspectivas (sociales, políticas e ideológicas) enfrentadas que expresan los actores involucrados en los actos comunicativos.

La presencia de ciudadanos-internautas, grupos y sectores ubicados en los extremos del continuo social, dificulta las posibilidades de alcanzar acuerdos mínimos sobre el acontecer social o político, lo que es fortalecido en las redes sociales desde una conjunción de “discursos extremos” (Nigro, 2022) que elevan la división por sobre cualquier tipo de consenso posible.

Una vasta literatura reciente y específica colabora en el logro del objetivo, y a la vez, permite justificar el supuesto que sustenta este texto: la polarización en las redes sociales digitales adquiere preponderancia cuando se cruzan discursivamente actores sociales o políticos con posiciones, perspectivas y acciones alejadas una de otra, inhibiendo toda posibilidad de acciones que conduzcan a un consenso.

¿Qué características sociales, políticas y comunicacionales predominan en los procesos de polarización en las redes sociales virtuales? ¿Qué particularidades definen a los ciudadanos-internautas involucrados en los procesos comunicacionales generados en las redes sociales virtuales? ¿De qué manera el consenso se ve obstruido en las redes sociales? ¿Cómo se construyen los espacios digitales donde se encuentran los internautas?

## 2. Breve discusión sobre la Polarización

Una abundante bibliografía proveniente de EEUU y de Europa, con repercusión en nuestras latitudes, señala que la polarización debe comprenderse como una consecuencia de que la sociedad está atravesada por disputas entre actores que buscan mantener ciertas definiciones y posiciones sobre la realidad (Della Done, 2021; Waisword, 2020; Gutiérrez-Rubí, A. 2020)

La polarización está en toda estructura estratificada, toda vez que quienes ocupan esos lugares buscan orientar los destinos de la sociedad mediante ideas, representaciones, acciones, definiciones, incidencias en las decisiones, con la capacidad de hacerse de la legitimidad para instaurar un modo de poder capaz de generar condiciones de credibilidad y verdad entre los sectores o grupos involucrados.

Toda polarización tiende a crear bandos que ubican en los extremos de la relación a los opuestos. Si se toma el ámbito político como espacio de disputa se reconoce que la división puede darse por posiciones ideológicas, pero también por la búsqueda de representación de aquellos actores que se encuentran alejados de las decisiones palaciegas. De esta manera, la polarización adquiere ribetes de separación de intereses y de actores donde se plasma la distancia máxima posible en un determinado momento y lugar particular.

De acuerdo con estas miradas, la polarización es mucho más que una mera conceptualización. Adquiere un sentido práctico, una capacidad de aglutinar a los similares, un espacio de alineamiento para quienes están de acuerdo sobre diferentes tópicos. Pero hay un factor más. La polarización es un proceso de convergencia de una multiplicidad de visiones, reclamos y peticiones en una sola dimensión: “conflicto permanente”. Un *nosotros* múltiple frente a *otros* diferentes, lo que promueve la posibilidad de una disputa de “nosotros contra ellos” (Waisbord, 2020).

Polarizar es rechazar las perspectivas de quienes están al otro extremo de nosotros. Una suerte de *simplismo mayoritario*. No importan los argumentos para discrepar o desechar el pensamiento externo; alcanza con reforzar prejuicios. Se trata de una mirada etnocéntrica de la vida social, en la que todo consenso queda reducido a cenizas. El lenguaje se tensa de tal manera que la descalificación prevalece sobre los argumentos que requiere todo sistema democrático para consolidarse y evolucionar.

Dice S. Waisbord (2020) que “la exacerbación de la polarización lleva a posiciones que excluyen al adversario en tanto no se le reconoce igualdad de derechos” (p.252). Esto es peligroso para el sistema político pues el desconocimiento de los otros abre el camino a la enervación social, por donde

se pueden colar los antagonismos más radicales debido a la imperiosa necesidad de reconocimiento que todos los actores requieren.

En definitiva, polarizar es un acontecimiento creado desde *unos* actores ante la presencia o supuesta amenaza manifestada por *otros*. Las distancias alcanzadas entre unos y otros implican reconocer que la polarización no sólo incide en la esfera de la política, de la economía o de la ideología, sino que también puede favorecer la emergencia de la dimensión afectiva, toda vez que los involucrados poseen un conjunto de valores y tomas de posiciones -a favor o en contra- que hacen emerger representaciones, percepciones y cualidades propias del ser humano. En toda decisión, incluso en las más racionales, hay un fuerte componente emocional. Y las emociones influyen en las decisiones de las personas, las ubican en un determinado espectro, crean un proceso de identidad grupal que fortalece la división entre *nosotros/ellos*, lo que dificulta cualquier sedimentación y proyección de políticas públicas conjuntas (Della Done, 2021).

En definitiva, la polarización es el incremento en la distancia política, ideológica y afectiva que se da entre los involucrados en las disputas de la vida social.

### 3. Un acercamiento a las redes sociales

Si los medios tradicionales como la televisión consiguen un lugar importante en la generación de escenarios de polarización entre actores ubicados en extremos del continuo social, la aparición de las redes sociales, a mediados de la primera década del siglo XXI, agrega un condimento más a ese proceso agonal: la participación de los ciudadanos en los intercambios que permite el uso de esas redes. Ahora convertidos en internautas, los ciudadanos tienen la posibilidad de manifestarse sin intermediarios, modificando sustancialmente la discusión pública.

Las redes sociales hacen su aparición y se consolidan a mediados de la primera década del siglo XXI: Facebook, 2004; Flickr, 2004; YouTube, 2005; Twitter, 2006; WhatsApp, 2009; Instagram, 2010; Pinterest, 2010; Snapchat, 2011, TikTok, 2016, entre otras. Con diferentes utilidades, crean las condiciones de conexión entre seres humanos en todo el mundo. Las hay generalistas, específicas, de entretenimiento, políticas, de búsqueda laboral, de negocios...

En ese entramado, comprender su existencia es entender que su progreso tiene en Internet y en el desarrollo de la telefonía celular los soportes fundamentales para su expansión y consumo por parte de los internautas<sup>1</sup>.

En nuestro país, la cantidad de usuarios de Internet ronda los 35 millones, lo que implica un aumento del 2% con respecto al último año. El acceso a las redes sociales registra 34 millones de usuarios (80% de la población). Se destacan Facebook, Instagram, WhatsApp y un notorio ascenso entre la población joven del uso de la red TikTok. A ese escenario se debe agregar que en Argentina se registran 55,19 millones de celulares, tablets y portátiles, es decir, superan a la población total del país (121.6%) (<https://es.statista.com/estadisticas/1218938/argentina-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>).

Los números apabullan. Son tan significativos que obligan a interrogarnos sobre cómo inciden en la configuración del espacio público, tanto virtual -on line- como real -off line-. Es imperativo reconocer de qué manera las redes sociales se constituyen en un ámbito de discusión sobre temas, eventos o acontecimientos que pueden ser de interés para la ciudadanía.

Debe entenderse por redes sociales a una estructura formada por un conjunto de nodos que incluyen a individuos y organizaciones, relacionados con algún criterio (laboral, emotivo, ideológico u otro). Las redes sociales facilitan modos de interactuar basados en un orden dinámico entre personas, grupos e instituciones en diversos contextos. Se presentan como un sistema relativamente abierto, que se va configurando con el accionar de los interesados. Posibilita un intercambio bidireccional capaz de borrar todo residuo del modelo comunicativo de una sola dirección. No obstante, este pun-

to es cuestionable por la práctica de dirigentes que ven en las redes un lugar de difusión más que de interacción (Dip, 2017. Van Dijck, 2016).

Los ciudadanos internautas hacen de las redes un espacio privilegiado para la creación de contenidos, constituyéndose en “prosumidores”, individuos que reciben y producen contenidos. I. Moreno (2001) los denomina “lectoautores”, personas con capacidad de recibir, pero también de modificar los contenidos recibidos y puestos nuevamente en el espacio público virtual. Facebook, Twitter, Instagram y otras se constituyen en soportes para que los internautas reproduzcan un proceso de comunicación interactivo con posibilidades reales de bidireccionalidad.

Internet y, especialmente, las redes sociales crean las condiciones de una esfera desociabilidad en la que los involucrados pueden representarse maneras de producir un entorno diferente al de hace veinte años. De ahí la importancia de las redes sociales en la vida de las personas. Son capaces de modificar los entornos cotidianos, con la consiguiente configuración de los modos de pensar la realidad. Desde una perspectiva de la *cultura de la conectividad*, M. J. Van Dijck (2016) señala que la tecnología digital

-por caso las redes virtuales- permite la irrupción de nuevos actores con capacidad de implementar un proceso interactivo basado en la conectividad sin que ello implique desconocer que las redes sociales están monitoreadas por las grandes corporaciones, que buscan generar espacios informáticos de circulación masiva. Aun con estos condicionamientos el sistema digital de redes permite encontrar escenarios de participación a quienes buscan hacerse visibles en la esfera pública.

### 3.1 Las redes sociales y la polarización

Desde la campaña electoral llevada a cabo por B. Obama en el año 2007 hasta la actualidad, las redes sociales son cada vez más utilizadas por los líderes políticos para alcanzar sin intermediarios a sus seguidores. Esta modalidad produce un tipo de comunicación que salta las barreras de los medios tradicionales, autoproclamados portadores de la representación de la esfera política. La utilización de las redes sociales les proporciona a los dirigentes la posibilidad de que sus discursos lleguen directamente, sin filtros, a los ciudadanos-internautas.

Como bien lo expresan Innerarity y Colomina (2020), las redes sociales no sólo aceleran las relaciones entre los involucrados –al suprimir como intermediarios a la radio, la Tv o la prensa-, sino que además generan un proceso de “uberización” de la comunicación. Así, los líderes brincan las barreras que obstaculizan su relación con los seguidores para crear un ámbito de comunicación directa.

Las redes sociales digitales adquieren preponderancia en la conformación del nuevo espacio público. Esto no implica dejar el territorio (la calle, las instituciones), lugar de encuentros y desencuentros entre actores, sino reconocer la existencia de un nuevo territorio virtual al que diferentes autores han dado en denominar “blogosfera” (Cardón, 2016. Fuentes, 2020), un sitio virtual de intercambios entre participantes del nuevo *Ágora*.

La literatura especializada (Sinay, 2017) destaca que el nuevo orden comunicacional asentado en la tecnología de la web es significativo para campos como el de la política, porque facilita un entorno capaz de obviar las circunstancias que impiden la vinculación directa e instantánea entre dirigentes y seguidores. A su vez, la acción política se virtualiza, porque los ciudadanos-internautas pasan cada vez más tiempo conectados a las pantallas (Monteiro, 2022).

Que los líderes tengan la posibilidad de establecer un vínculo directo, sin intermediarios, con sus seguidores no implica la inexistencia de tensiones entre ambos extremos del proceso comunicacional. Diferentes estudios (Nigro, 2022. Zuazo y Aruguete, 2021) muestran que el espacio virtual confeccionado por las redes sociales está atravesado por un campo de disputas que muchas veces crea enfrentamientos políticos e ideológicos que repercuten en la vida democrática.

La presencia de los internautas en el proceso comunicacional del ecosistema digital es cada vez más importante. Descreídos del ámbito dirigencial para resolver las dificultades de la población y

sin perspectivas de respuesta a la vista, los internautas- ciudadanos vuelcan sus quejas y peticiones en la esfera pública virtual para que sus reclamos sean atendidos -o al menos leídos-, por los responsables de decidir.

El ámbito de las redes no es un lugar sin fricciones discursivas. El despertar tecnológico que trajo Internet cambió: la panacea que planteaba la plena participación de los ciudadanos, en el que prevalecían argumentos y justificaciones -al modo de una nueva Ilustración del siglo XXI-, quedó en el arcón de las utopías; ahora priman las descalificaciones, los escraches, los insultos, en un ambiente de tensión entre líderes y seguidores y entre éstos últimos, toda vez que se exaltan hasta la exasperación las fidelidades de unos y otros.

A este nuevo escenario virtual deben incorporarse los atajos utilizados por quienes buscan crear ambientes hostiles. Nos referimos a la presencia de *trolls*, personajes que buscan hacer daño a todo aquel que no comulgue con sus intereses. Estos actores informáticos<sup>2</sup> pueden ser individuos, pero también organizaciones que se dedican a inmiscuirse entre los internautas con una verbosidad violenta basada en el odio<sup>3</sup>, la discriminación y la xenofobia (Kesler y Vonmaro, 2021).

En cada acción realizada por estos actores subyace un interés particular: romper cualquier posibilidad de diálogo, encuentro, consenso. Los *otros* deben ser expuestos públicamente para deslegitimarlos, crear historias inexistentes o señalar sus errores. Desde una perspectiva crítica del accionar de los *trolls*, D. Cano (2017) señala que los *trolls* son los encargados de producir un ambiente de desinformación creando noticias falsas (*fake news*), lo que los torna peligrosos para el sistema democrático. La polarización encuentra allí terreno fértil para su desarrollo: no hay disputa de argumentos sino amedrentamiento, amenaza y descalificación para acallar y deslegitimar al *otro*.

Al estudiar el lugar de Twitter en la configuración del debate público, Calvo y Aruguete (2020) señalan que la polarización refiere a la distancia ideológica, política y afectiva que se percibe entre los partidos políticos o candidatos y los ciudadanos, amplificadas por los efectos de *asimilación* y *contraste*. Mediante estas dos categorías explican el proceso por el cual nos acercamos simbólicamente a las opciones que nos gustan y nos alejamos de las visiones adversas a nuestro pensamiento. Según los autores, ese procesodoble (asimilación y contraste) en el uso de las redes sociales lleva “a que a medida que nos alejamos de nuestros contactos quedemos expuestos a encuadres comunicacionales más disímiles” (p. 14), que pueden ser peligrosos para nuestras concepciones. Sin embargo, esa exposición no implica necesariamente que demos cabida a cambios significativos en nuestras creencias.

El debate adquiere trascendencia pues pone en duda el argumento de que las redes pueden modelar por sí mismas las representaciones de la vida social. Parte de la literatura afirma que las redes sociales crean una “cámara de eco” (Calvo, 2015) donde los similares se encuentran en el espacio público virtual, consolidando modos de comprender la realidad donde los prejuicios y opiniones los hermanan. Sin embargo, otros advierten que la presencia de los internautas no es pasiva -al estilo de un recipiente que se debe llenar-, sino que tienen la capacidad de disputar sentido en cada contenido difundido, aun cuando estén inmersos en la misma “cámara de eco”.

Esta situación incuba en su interior el germen de una tirantez entre los actores de los procesos comunicacionales en redes sociales. Se produce una tensión por la disputa entre perspectivas y modos de comprender el mundo. Una activación de los procesos que generan polarización puede adquirir vitalidad cuando los involucrados dan a conocer sus puntos de vista. Por ejemplo, al contraponer posiciones y creencias sobre lo divulgado desde partidos políticos, instituciones, líderes u otros internautas.

La distancia entre actores crece cuando los enfoques no tienen referencia de contacto, cuando los más *intensos* convierten el ámbito de debate virtual en un escenario de confrontación permanente, propiciando la descalificación de determinados dirigentes y de sus perspectivas sobre el acontecer social o político (Zuazo y Aruguete, 2020).

Pérez Zafilla (2021) advierte que se genera un proceso de polarización altamente ideologizado en estos debates porque los sujetos refuerzan sus convicciones y puntos de vista estimulando mayor división en la sociedad. Esta “radicalidad” en las expresiones convierte a los actos de habla en “fla-

mes”, verdaderas embestidas que incluyen descalificaciones, obstrucción de la palabra y agresiones verbales, sin importar la argumentación ni el respeto hacia los otros. Se crea así un “aire agresivo” (Massuchin, Mitozo y Casanova, 2018).

Por otra parte, los internautas también pueden quedar encapsulados en perspectivas o burbuja que filtren visiones opuestas a sus puntos de vista. E. Pariser (2017) las denomina “filtro burbujas”, que ordenan a grupos de cibernautas en función de afinidades y pensamientos comunes. Estos espacios suponen una suerte de limitación sobre los modos de comprender la realidad, pero también crean un muro casi impermeable contra juicios y opiniones diferentes. El “filtro burbuja” empuja la polarización hacia un vértice que refuerza creencias políticas, ideológicas y culturales al tiempo que elimina diferencias. Paradójicamente, esta situación también puede forzar la ruptura de un espacio común donde reconocer problemáticas y modalidades de soluciones compartidas (Pérez Zafilla, 2021).

El “filtro burbuja” puede favorecer un proceso de polarización causado por tres factores principales:

i.- por información disponible: mediante el consumo de un tipo de información similar, los internautas tendrán argumentos afines para comprender y percibir el entorno social. La disonancia cognitiva grupal disminuye y se construyen mapas orientadores capaces de resaltar lo que es importante tener en consideración. Una suerte de archivo cognitivocolectivo sostiene las perspectivas sobre la realidad, que se pondrán en confrontación con otras miradas sobre los sucesos de la vida social.

ii.- por la dinámica de influencia social: los internautas pertenecientes a un grupo desean mantener una imagen favorable ante los demás, una idea positiva de sí mismos. Esto lleva a que se busque estar en un ambiente de parecidos para lograr cierta legitimidad. Aunque no se coincida en todo, estar cerca de quienes piensan más o menos parecido da seguridad pública. Los temas convocantes, los actores con quienes se sienten contenidos, los intercambios o aceptación de los puntos de vista, son aspectos que refuerzan anillos que cierran el acceso a los diferentes.

iii.- por la confianza y la corroboración. Los internautas tienden a moverse en la dirección de los argumentos similares, que los persuadan, aun cuando puedan ser “vehementes y empujen al extremismo”. Sentir confianza en lo expuesto por el otro implica el doble juego de buscar aceptación por la figura difusora, y a la vez, corroborar que se forma parte de un ámbito de semejantes.

Al actuar públicamente en las redes sociales podemos crear las condiciones comunicativas, emotivas e ideológicas desde donde emparentamos con similares. Esta suerte de “contagio moral” (Pérez Zafilla, 2021) refuerza identidades mediante la visualización de contenidos que excluyen a los diferentes, restando posibilidades de entablar un diálogo constructivo y fomentando opiniones emocionales. *“La primacía de la emotividad y el uso expresivo de la red potencian que los sujetos no se guíen por la razón comunicativa sino por la estratégica (...) los individuos no dialogan sino que expresan opiniones cargadas de emotividad”*, dice Pérez Zafilla (p. 13).

El día 29 de agosto del 2022, la Vice Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, publica en su cuenta de Twitter (@C@ñFKArgentina) un mensaje breve: *“Gracias Sebastián. La verdad... un fotón!*”. Ilustra el contenido con dos fotografías. En una muestra a integrantes de la fuerza policial y a una mujer con una foto en la mano. En la otra, exhibe la dedicación del fotógrafo. El tuit logra 2038 replique, 469 citas y 25,4 mil “Me gusta”.

En lo que nos interesa, el tuit que parece ser más un halago al profesional que logra capturar el instante, se transforma en un escenario de discursos enfrentados. Puede observarse un contexto discursivo donde priman las adjetivaciones junto con los recursos afectivos para sustentar posiciones a favor y en contra de la figura de la Vice Presidenta. Un modo de presentarse la polarización discursiva, sin opacidad.

Los siguientes intercambios dan cuenta de lo expresado:

-@mar\_callejera: *tan linda...*

- @Mesedez3: *Y tan chorra a la vez*

-@G\_\_IO\_\_P: *3 seguidores tenes... truchoooo..*

*Háganse cargo de lo que hizo mugricio.*

*#TodosConElla #TodasConElla*

(...)

- @gilKaren\_y: *te amo Cristina. en este día y cada día.*

- @Leandro63767653: *que feo que no sepas lo que es el amor*

#### 4. Las redes sociales, el debate público y el “filtro burbuja”

En la actualidad el lugar de las redes sociales es central en el debate público. No sólo porque los internautas tienen la posibilidad de crear sus contenidos (mensajes), con lo que el modelo de comunicación se vuelve potencialmente horizontal, sino porque los líderes no requieren de los medios tradicionales para llegar a amplios sectores de la sociedad.

Todo acto de habla se realiza sobre la base de interesados en diversas temáticas, que exceden a la política como eje de prioridades. De hecho, la temática es cada vez más renuente entre los ciudadanos. Según el informe de la corporación Latinobarómetro (2020), las expectativas de aceptación de la dirigencia política decrecen por su imposibilidad de resolución de los problemas cotidianos. A esto se agrega que el propio sistema democrático pasa por un momento de descreimiento social, lo que le lleva a decir a la directora de la corporación, Marta Lagos, que “uno de cada dos latinoamericanos quiere que alguien venga a solucionar sus problemas. No importa si va por encima de la ley” (citado por Gutiérrez-Rubí, 2022).

El Informe de la corporación deja un dato por demás preocupante: se vive un momento “pre-explosivo” debido a que la democracia tradicional (liberal) está en decadencia, con un apoyo popular en caída: del 63% en 2010 pasó al 49% de aceptación en el 2020.

Se vive en una sociedad polarizada. Entre las derivaciones de la polarización se advierten una serie de efectos que la dejan al descubierto: apatía, retraimiento en la participación política y aversión hacia temas como el aborto y/o derechos de última generación (sexuales, raciales, etc.). Asuntos que recorren las peticiones y reclamos de amplios segmentos de la sociedad (Kesler y Vonmaro, 2021).

Desde una perspectiva socio-comunicacional, intelectuales como I. Schuliaquer y G. Vonmaro (2020) advierten que los efectos de la polarización pueden generar distorsiones en el debate público, toda vez que ese debate, al darse entre pares -endogamia-, se potencian en las redes bajo la forma de “burbujas”. Así, los usuarios circulan en *barrios* informáticos en los que el pensamiento similar prevalecería. Las redes sociales consolidan *fronteras* respecto a los *otros*, solidificando identidades (lógica de circulación segmentada) y creando espacios delimitantes entre *nosotros* y *ellos*.

Cuando se habla de procesos polarizantes en las redes sociales no se debe caer en la candidez de suponer que todas tienen el mismo alcance e idéntica capacidad de incidencia. En un análisis que entrecruza la política con las redes sociales, S. Waisbord (2020) advierte que la polarización en las redes nunca es de una sola dimensión, de una sola plataforma, de un solo canal o de una sola compañía. Waisbord (2020) agrega que el hecho de que existan medios, grupos e individuos fuertemente identificados con un partido o líder, no implica que se produzca la polarización. En cambio, es necesario “hablar de ciertas condiciones políticas” que dinamicen la polarización y principalmente la comunicación polarizante. No hay un solo tipo de medio (plataforma) que unilateralmente polarice, sino “procesos mixtos en la comunicación política que permiten explicar más convincente-



mente los flujos de polarización” (p. 255).

Las problemáticas de la realidad exceden a la vida de las redes sociales. S. Waisbord llama a desmitificar la mirada homogénea sobre los espacios virtuales donde circulan los internautas. “¿Cuáles son las limitaciones del argumento sobre burbujas comunicacionales y polarización?”, se pregunta (p. 264). Su respuesta propone un lugar diferente donde pensar la incidencia de las redes sociales en la conformación y representaciones del mundo social. Cuando se habla de “filtro burbuja” –advierte– debe evitarse pensar en una sola *burbuja* y plantear en cambio la existencia de muchas “burbujas multicolores”, con mayor o menor conexión entre ellas. De esta manera, el

autor pone en tensión la idea de la existencia de una esfera virtual de barrios perfectamente cerrados (cámara de eco).

¿Qué plantea S. Waisbord?

-quienes se polarizan por el uso de las redes sociales suelen ser activistas y militantes.

-a mayor utilización de las redes, menor apoyo hacia políticas polarizantes.

-la polarización afectiva -intensificación de sentimientos extremos hacia los propios y los *otros*- no ocurre en todas en todas las capas etarias de igual manera.

-los más jóvenes están mucho más “expuestos accidentalmente” a los contenidos políticos de las redes sociales que sectores de mayor edad, entre otras cuestiones, por un menor interés por la política.

-si bien la dinámica de las redes sociales es más pronunciada que la de la televisión, ésta sigue siendo la principal proveedora de información en nuestras sociedades.

La posición del autor es concordante con algunas nuevas reformulaciones sobre la dimensión del filtro burbuja como cerrazón insalvable producido por la acción algorítmica. Con las “burbujas multicolores”, las redes sociales como espacio de confluencia que confinarían a los internautas a un único ámbito de representación sobre la realidad, resultan interceptadas cuando las personas al activarse comunicacionalmente (Calvo y Aruguete, 2020), satisfacen sus expectativas comunicacionales desde una multiplicidad de fuentes. De manera que los internautas al usar diferentes fuentes de información podrían encontrarse con más medios que difieren de sus creencias, abriendo una hendidura desde donde la realidad conocida quede en concordancia o en contraposición con lo propuesto desde la selección realizada por la arquitectura informática de los algoritmos.

No se pregona la idea de desconexión entre lo que proponen los “filtros burbujas” para conocer lo que sucede en la realidad y lo que piensan las personas conectadas, sí se señala que esa construcción sobre la realidad puede provenir tanto de una selección intencionada, producto de clic, buscadores, cookies y perfiles acumulados en los repositorios informáticos como de una selección personalizada (autoseleccionada) que es confeccionada por intereses del individuo con intención de satisfacer un ámbito informacional más amplio de temas y opiniones que los proferidos por la tecnología.

Basado en una serie de estudios a nivel internacional, E. Miguel Trula (2018) dice que por más que suene bien la creencia de que se está atrapado por los algoritmos de Internet se debe examinar profundamente esta cuestión. Las investigaciones para comprobar la influencia de los resultados personalizados en los motores de búsqueda y las redes sociales, ninguno muestra –según el autor– que los individuos se estén volviendo más cerrados con respecto a otros métodos de adquisición de información (radio, televisión, periódicos).

Con esa postura, las “burbujas multicolores” encuentran en la exposición selectiva una de las entradas para que los individuos generen un proceso de “personalización autoseleccionada” que ubique “voluntariamente” a un conjunto de temas, informaciones y usos diversos cuando tratan de saber sobre la realidad. Emerge una actitud comunicacional activa. Pues los sujetos toman decisiones para personalizar el uso y consumo de noticias e informaciones. Toman decisiones acerca de qué periódicos leer, qué canales de televisión mirar, cuáles evitar y cuánto tiempo dispondrán, sin que conlleve alejarse de sus creencias políticas u otras preferencias (Miguel Trula, 2018).

En definitiva, las “burbujas multicolores” ponen en discusión el enfoque unicausal para conocer la realidad respaldado por configuraciones como las del “burbujismo” (Waisword, 2020) y se reconoce que un mayor consumo de recursos digitales puede generar un alto grado de exposición a contenidos diversos.

## 5. Conclusiones

Este trabajo da cuenta de la relación entre polarización y redes sociales. Planteamos que, en sociedades surcadas por divisiones, los procesos polarizantes encuentran un lugar propicio para su desarrollo. Desde mediados de la primera década del siglo XXI, las redes sociales digitales se convirtieron en un lugar privilegiado para la conformación del debate público, que no está exento de disputas por la legitimidad de la palabra. Los

internautas, grupos o instituciones involucrados en la conversación digital dejan sus huellas en el debate sobre el acontecer social, que pueden entrar en tensión y generar contradicciones con las proposiciones difundidas por otros.

Las redes sociales son una plataforma importante para que las posiciones encontradas fermenten en procesos de polarización, toda vez que las cuestiones políticas, ideológicas y emotivas surcan intereses de los incluidos en la esfera generada por las redes. Sobre todo, si se atiende a que las redes digitales pueden favorecer ciertas *burbujas* que encierran en una *cámara de eco* a quienes son más o menos semejantes en sus representaciones.

Sin embargo, la literatura reciente viene a discutir este último supuesto y deja entrever que más que hablar de una burbuja específica se debe dar cabida a “burbujas multicolores”, pues las redes forman parte de la vida social, siempre mucho más amplia que la vida digital.

## Notas

<sup>1</sup> Los datos sobre la conexión a internet en el mundo muestra que hay un aumento constante de usuarios. De hecho en enero de 2022, había 4,950 millones de usuarios de internet en todo el mundo, alrededor del 62,5% de la población mundial, lo que representa un aumento del 4% con respecto al año anterior: 192 millones de personas. Por su parte, las redes sociales tienen en el año 2022 una cantidad de 4620 millones de usuarios lo que implica que el 58% de la población mundial está conectado mediante estas aplicaciones (Digital 2022 Global Overview Report). Entre las más utilizadas por los usuarios aparecen: Facebook, 2890 millones; YouTube 2190 millones; WhatsApp, 2000 millones; Instagram, 193 millones, más alejados pero de una significación significativa por el uso que se le da desde el campo político y periodístico aparece Twitter, con 359 millones de usuarios. La lista puede consultarse en Netbul Social Media (<https://netbulsocialmedia.com/noticias/redes-sociales-mas-importantes-2022/>) –consultado 4/5/2022–.

<sup>2</sup> Hay que diferenciar un *trolls* de un *bot* el cual es un programa automático que simula el comportamiento humano en las redes sociales. “En las redes sociales, los bots se utilizan para simular la interacción humana, hinchando artificialmente el número de visitas o seguidores, o automatizando respuestas para posicionar mensajes o influir en debates. Los denominados bots conversacionales son sistemas de inteligencia artificial que simulan una conversación con una persona utilizando el lenguaje natural”. <https://es.wikipedia.org/wiki/Bot> -recuperado el 10-5-22-.

<sup>3</sup> En la literatura y en la práctica también están presentes los “hater”. Personas que buscan llevar al extremo su descalificación u odio hacia otros. Eso no implica que tengan alguna razón para ese acto. El solo hecho de odiar puede alentarlos.

## 6.- Bibliografía Utilizada

- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman*. Buenos Aires, Argentina: Capital Intelectual.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XX.
- Cano, D. (2017). *Jungla 3.0 Trolls, información y desinformación*, Buenos Aires, Argentina: Pluma digital.
- Cardón, D. (2016). *La democracia en Internet. Promesas y límites*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Della Done, F. (2021). ¿Qué tan peligrosa es la polarización afectiva? *Diálogo Político*. Recuperado de <https://dialogopolitico.org/debates/que-tan-peligrosa-es-la-polarizacion-afectiva-2/>.

- Dip, M. (2017). *Redes y política*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Latinobarometro. Opinión pública latinoamericana (2020 y 2021). *Informe Anual*. Recuperado de <https://www.latinobarometro.org/>
- Fuentes, M. (2020). *Activismos tecnopolíticos. Constelaciones de performance*. Buenos Aires, Argentina: Eterna Cadencia Editora.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2022). *Momento crítico*. Recuperado de <https://www.gutierrez-rubi.es/2022/05/10/momento-critico/>
- Gutiérrez-Rubí, A. (2020). *La indignación supera la pandemia*. España: Univisión Noticias.
- Innerarity, D. y Colomina, C. (2020). La verdad en las democracias algorítmicas. *CIDOB* (24), 11-23.
- Kesler, G. y Vonmaro, G. (2021). *Polarización, consensos y política en la sociedad argentina reciente*. Recuperado de <https://www.fund.ar/publicacion/polarizacion-consensos-y-politica-en-la-sociedad-argentina-reciente/>.
- Masuchin, M., Mitozo, I. y Casanova de Cavahlo, F. (2018). Facebook como espacio de radicalismo en Internet: un análisis de los comentarios durante las elecciones de 2014 en Brasil. *Revista SAAP*. 12 (2), 313-336.
- Miguel Trula, E. (2018) Resulta que todo el pánico acerca del «filtro burbuja» era desmedido: no nos influyen tanto como creemos. Recuperado de <https://magnet.xataka.com/>
- Monteiro, R. (2020). La Polarización en el Facebook del Intendente municipal. *3º Congreso Latinoamericano de Comunicación. Universidad Nacional de Villa María*. Villa María.
- Moreno, I. (2001). Genoma digital. *Análisis*. (27), 101-114.
- Nigro, P. (2022). Discurso de apertura de sesiones ordinarias 2022 del Congreso de la República Argentina. Aproximación a las características del discurso de los extremos en el pensamiento político. *Más Poder Local*. (19), 26-41.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja*. Buenos Aires, Argentina: Taurus.
- Pérez Zafrilla, P. J. (2021). Polarización artificial: cómo los discursos expresivos inflaman la percepción de polarización política en internet. *RECERCA. Revista De Pensament I Anàlisi*, 26(2). <https://doi.org/10.6035/recerca.4661>
- Quevedo, L. A. y Ramírez, I. (Coords.). (2021). *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*. Buenos Aires, Argentina: Capital Intelectual.
- Schuliaquer, I y Vonmaro, G. (2020). Introducción: la polarización política, los medios y las redes. Coordinadas de una agenda en construcción. *Revista SAAP*. 14 (2), 235-247.
- Siney, S. (2017). *Intoxicados. Cómo la información excesiva arruina nuestras vidas*. Buenos Aires, Argentina: Paidós
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Waisword, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista SAAP*. 14 (2), 249-279.
- Zullo, J. (2020). La polarización como metáfora. El caso de la grieta en dos periódicos argentinos”. *Revista Latinoamericana de Estudios del discurso*. Vol. 21 (1), pp. 4-22.
- Zuazo, N. y Aruguete, N. (2021). ¿Polarización política o digital? un ecosistema con todos los climas. En Quevedo, L. y Ramírez, I. *Polarizados ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)* (pp. 135-154). Buenos Aires, Argentina: Capital Intelectual.

*Referencia de páginas en el world wide web*

<https://netbulbsocialmedia.com/noticias/redes-sociales-mas-importantes-2022/>). Recuperado el 4-5-2022.

<https://es.statista.com/estadisticas/1218938/argentina-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>. Recuperado el 7-8-2022.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Bot> . Recuperado el 10-6-2022.