



UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la
Comunicación e Imagen
ICEI

**¿LOS ALGORITMOS ENCIERRAN A LOS USUARIOS EN BURBUJAS
INFORMATIVAS? HACIA UN MODELO DE MEDIOS COMPLEJOS PARA
COMPRENDER LA POLARIZACIÓN POLÍTICA EN REDES SOCIALES
DIGITALES**

**Estudio exploratorio del impacto de los algoritmos de las redes sociales digitales en la
construcción de sentido sobre el cambio constitucional en Chile en jóvenes estudiantes
de la Universidad de Chile**

HÉCTOR VERGARA MONARDES

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA**

**PROFESOR GUÍA: LIONEL BROSSI GARAVAGLIA
CO-TUTOR: JULIO LABRAÑA VARGAS**

**SANTIAGO DE CHILE
MAYO DE 2021**

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quisiera agradecer a mi familia, en especial a mis padres Héctor Vergara V. y María Teresa Monardes, y a mi pareja, Ilianne Castro, por su apoyo y paciencia durante todo este largo proceso.

Segundo, expreso mi más sincera gratitud a los 22 estudiantes de la Universidad de Chile que decidieron participar voluntariamente de esta investigación. Sin su colaboración, este proyecto no hubiera llegado a puerto.

Tercero, extiendo mi reconocimiento al profesor guía, Lionel Brossi, cuya experiencia sobre el estudio de los efectos de los algoritmos en la comunicación social fue clave para formular este trabajo; y a los académicos y funcionarios que forman parte del Magíster en Comunicación Política, por acompañar este proyecto con total disposición.

Por último, pero no por ello menos importante, doy las gracias al co-tutor, Julio Labraña, por compartir su vasto conocimiento sobre la teoría arqueológica de los medios y la teoría general de sistemas sociales. Igualmente, agradezco al Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad (MaSS) de la Universidad de Chile, quienes me permitieron tomar su curso Sistemas Socioculturales y Complejidad y formar mis conocimientos en ese campo teórico.

RESUMEN

La investigación pretende explorar los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales en la construcción de sentido en el ámbito de la comunicación política, en particular para observar si esta clase de inteligencia artificial influiría en la polarización de actitudes y nichos interaccionales en política, al supuestamente encerrar a los usuarios en una *burbuja informativa* (filter bubble) que realimentaría el contenido proactitudinal y reduciría la exposición a ideas contrarias o diversas.

Con el propósito de examinar dichos efectos, se emplean elementos teóricos propuestos por diversos autores que son integrados en la *arqueología de medios* de Dirk Baecker, los cuales discuten con la comprensión de los algoritmos de las redes sociales digitales, por parte del modelo de la *burbuja informativa*, como meros determinantes lineales de las posibilidades informativas de los usuarios, para, complementariamente, entender dualmente a estas herramientas como productos circulares de la apropiación y redefinición que los mismos usuarios, condicionados socialmente, hacen de ellas a través de sus propias dinámicas informativas.

Para el levantamiento de información se entrevistó, dentro del periodo oficial de campaña para el Plebiscito Nacional de 2020 en nuestro país, a una muestra de 22 estudiantes de la Universidad de Chile, hombres y mujeres, de un rango etario de entre 15 y 29 años, con el objetivo de describir cómo los algoritmos moldearon sus dinámicas de consumo de información, sus opiniones y sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en las plataformas Facebook, Instagram, Twitter y YouTube.

Los resultados del estudio exploratorio permiten confrontar el primado descriptivo de la *burbuja informativa* desde la *arqueología de medios*, debido a que, a pesar de que la mayoría de los casos manifestaron una evidente falta de exposición a opiniones contrarias sobre este tema en sus cuentas de redes sociales digitales, sus propias selecciones de fuentes y de nichos interaccionales, motivadas por la búsqueda de expectativas confortables en el proceso comunicativo virtual, fueron primordiales para configurar un *feed* escasamente plural, incluso a pesar de ser conscientes de estar realimentando el filtro informativo de la recomendación algorítmica. Por lo tanto, la evidencia sugiere que los algoritmos de las redes sociales digitales no moldearían de manera lineal y directa la construcción de sentido de los jóvenes, encerrándolos en una *burbuja informativa*. Más bien, la previsibilidad del contenido al que ellos se expusieron sobre el cambio constitucional en Chile en estas plataformas podría explicarse por un condicionamiento circular continuo entre medios complejos, sociales y tecnológicos, lo cual sería un efecto probable de la personalización informativa y de la emergencia de estructuras comunicativas de *identidad* y *control*.

Palabras clave: Algoritmos, redes sociales digitales, burbuja informativa, polarización política, cambio constitucional en Chile, jóvenes.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
Capítulo 1: Formulación del problema de investigación.....	7
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	13
Capítulo 2. Las descripciones de las TIC en el contexto mundial y nacional.	13
2.1. El primado de la crisis epistémica en la opinión pública global.	13
2.2. Chile: escaso desarrollo de modelos para explicar los efectos sociales de los algoritmos.	17
2.3. Los obstáculos epistemológicos para la comprensión de los efectos sociales de las TIC.....	21
Capítulo 3. Los efectos de la introducción de un medio de comunicación en la sociedad.	24
3.1. Marshall McLuhan: el medio es el mensaje y la aldea global.	25
3.2. Manuel Castells: la era de la información y la Internet como espacio de autonomía.	27
3.3. Mercedes Bunz: la revolución silenciosa de los algoritmos.....	30
3.4. McLuhan, Castells y Bunz: contribuciones para comprender los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales.	33
Capítulo 4: Hacia una teoría integrada de los efectos sociales de los medios.....	36
4.1. La TGSS y su distinción medio/forma.	37
4.2. La TGSS y los efectos de la computadora en la comunicación social.	42
4.3 Hacia una teoría social integrada de los medios de comunicación.....	46
4.4. Los algoritmos de las redes sociales digitales como medios de difusión.....	53
FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA	61
Capítulo 5: Enfoque metodológico.....	61
5.1. El campo de investigación de la recomendación algorítmica de noticias.	62
5.2. Crítica epistemológica al campo de investigación de las burbujas informativas. .	65
5.3. El giro epistemológico de la TGSS: hacia un análisis complejo de los efectos de los algoritmos en la comunicación.	67
Capítulo 6: Diseño de la investigación.....	74
6.1. Pregunta de investigación.....	74
6.2. Hipótesis.....	74
6.3. Objetivo general.	75
6.4. Objetivos específicos.....	75
6.5. Técnica de levantamiento de información.....	76

6.6. Selección de la muestra.	76
6.7. Proceso de recolección de información.	80
6.8. Técnica de análisis de información.	82
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	84
Capítulo 7: Caracterización sociodemográfica de la muestra.	84
Capítulo 8: Descripción de las dinámicas de consumo de información de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.....	88
8.1. Dinámicas de consumo de información: análisis cuantitativo en redes sociales digitales.....	89
8.2. Dinámicas de consumo de información: análisis cuantitativo en medios de comunicación tradicionales.	96
8.3. Dinámicas de consumo de información: análisis cualitativo de fuentes de información de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.	101
8.4. Dinámicas de consumo de información: análisis cualitativo del <i>feed</i> y <i>feedback</i> de la muestra en redes sociales sobre el cambio constitucional en Chile.....	109
Capítulo 9: Descripción del impacto de las dinámicas de consumo de información de la muestra en sus opiniones e interacciones sociales sobre el cambio constitucional en Chile.	117
9.1. Impacto de dinámicas de consumo de información en opinión: análisis cualitativo de la opinión de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.....	118
9.2. Impacto de dinámicas de consumo de información en opinión: análisis cualitativo del impacto de redes sociales digitales y otros medios en la opinión de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.	124
9.3. Impacto de dinámicas de consumo de información en interacciones sociales: análisis cualitativo de la interacción social <i>online</i> de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile en redes sociales digitales.	131
9.4. Impacto de dinámicas de consumo de información en interacciones sociales: análisis cualitativo del impacto de redes sociales digitales en la interacción social <i>offline</i> de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.	136
Capítulo 10: Códigos inductivos: descripción de las percepciones de la muestra sobre el consumo de información en redes sociales digitales.	144
10.1. Códigos inductivos: análisis cualitativo del conocimiento y opinión de la muestra sobre los algoritmos de las redes sociales digitales y su función en la recomendación de informaciones al usuario.....	145
10.2. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la percepción de la muestra sobre el pluralismo en redes sociales digitales.....	149
10.3. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la percepción de la muestra sobre el debate democrático en redes sociales digitales.....	152
10.4. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la percepción de la muestra sobre la calidad informativa en redes sociales digitales y otros medios.	156

10.5. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la exposición de la muestra a noticias falsas sobre el cambio constitucional en Chile en redes sociales digitales.	163
DISCUSIÓN.....	167
Capítulo 11. Discusiones finales.	167
Capítulo 12. Limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación.....	178
REFERENCIAS	181
ANEXOS	189
Anexo I: Consentimiento informado en línea.....	189
Anexo II: Pauta para entrevistas semiestructuradas.	191

INTRODUCCIÓN

Capítulo 1: Formulación del problema de investigación.

La digitalización puede ser referida como un proceso global, del cual Chile, a pesar de mantener brechas importantes¹, se ha incorporado de manera creciente y sostenida en el tiempo. En el mundo, desde hace algunos años, más de la mitad de la población son usuarios de Internet y, actualmente, la red alcanza a 4,66 mil millones de personas. Las plataformas virtuales con más de mil millones de usuarios son Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram y WeChat, mientras que la penetración de redes sociales digitales es superior a la mitad de los habitantes del planeta (We Are Social & Hootsuite, 2021).

A nivel nacional, según datos del año pasado, se estima que ocho de cada diez chilenos están conectados a Internet, hay más teléfonos móviles que habitantes, el servicio de mensajería predominante es WhatsApp y existen alrededor de 15 millones de usuarios activos en redes sociales digitales en nuestro territorio. La más utilizada es Facebook (12 millones de cuentas), seguida por Instagram (8,2 millones de cuentas), donde sus audiencias son mayoritariamente (52,2 por ciento) personas entre 18 y 34 años (We Are Social & Hootsuite, 2020).

Esta vertiginosa introducción de las tecnologías de la comunicación e información (TIC) en el mundo, y de manera importante en nuestro país, puede ser estudiada de diversas maneras por el campo de la comunicación política, ya que posibilita interacciones sociales de nuevo tipo en el espacio público. Por ejemplo, a partir del rol de las redes sociales digitales como facilitadoras de la participación ciudadana, ya que permiten obtener información relevante para sumarse a causas políticas y al activismo (Scherman et al, 2010) o ser utilizadas como espacio de debate, a pesar de que hay plataformas que cultivan con mayor énfasis el

¹ Según datos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile, el 87,4% de los hogares en nuestro país declara tener acceso propio y pagado a Internet, aunque el principal modo de hacerlo es solo con conexiones móviles (29,6%). Las brechas de conexión a Internet más significativas provienen de factores generacionales (en hogares con personas con 65 años o más, el porcentaje de acceso cae a 54,6%) y socioeconómicos y geográficos, ya que las brechas se acentúan en zonas rurales y en los tres primeros quintiles de ingreso (Subtel, 2017). No obstante, la distinción de *brecha digital* vinculada solo al acceso a la tecnología ha sido cuestionada en el debate académico más reciente, con el propósito de avanzar a un concepto multidimensional que comprenda otras variables, como las brechas en habilidades y usos y las diferencias en los beneficios y oportunidades que se obtienen al utilizar las TIC (van Deursen et al, 2017). En esa línea, se ha identificado que el perfil de usuario que utiliza Internet con menor frecuencia y variedad de acciones en Chile, en términos generales, se asocia a un menor nivel educativo, mayor edad, menor nivel socioeconómico y a ser mujer (Cortés et al, 2020).

anonimato y, por ende, comportamientos socialmente incorrectos (Halpern & Gibbs, 2013).

Asimismo, las TIC son vinculadas directamente con la emergencia de nuevos movimientos sociales, ya que confieren un espacio de publicidad autónomo del poder político y económico y, en consecuencia, propicio para el contrapoder (Castells, 2012). En Chile, con el movimiento estudiantil de 2011 se pudo observar que interfaces como Facebook y Twitter fueron utilizadas para amplificar las acciones y demandas de los actores sociales (Scherman et al, 2013), como también para rebelarse contra la hegemonía informativa de los medios de comunicación tradicionales (Domínguez et al, 2017). Aunque, de cierta forma, dicho movimiento de protesta requirió de estos medios con tal de visibilizar sus demandas, a partir de la construcción de una opinión pública favorable (Antezana, 2015).

Sin embargo, la digitalización también ha causado efectos que ciertos autores consideran como amenazantes para la estabilidad democrática y la confianza pública en las instituciones. Para algunos, el año 2016 fue particularmente crítico, debido a que, en el marco de la elección presidencial de Estados Unidos y del referéndum para la salida del Reino Unido de la Unión Europea, se percibió un grado inusual de desinformación en el flujo de noticias. Esto ha provocado que se describa el problema a partir de una *crisis epistémica* de las democracias contemporáneas, y se focalice como principal responsable a la tecnología (Benkler et al, 2018).

En ese sentido, el neologismo de la *posverdad*, que es definido por la Real Academia Española como la “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (RAE, 2019), se ha insertado en el debate mundial, problematizando en torno a la idea de que el periodismo objetivo influiría menos en la construcción del juicio del sujeto que su idiosincrasia. A su vez, se volvería complejo manejar este efecto, toda vez que se ha podido demostrar que hay personas que tienden a aceptar planteamientos basados en información falsa, incluso aunque a continuación se le ofrezcan datos oficiales que la contradigan (Barrera et al, 2017).

Además, el cuestionamiento a los efectos de la digitalización se ha centrado en cómo los medios tecnológicos influirían en la polarización ideológica. Al respecto, se sostiene que los algoritmos presentes en los motores de búsqueda de sitios web como Google y en las redes sociales digitales amplificarían inadvertidamente la segregación política y crearían una *burbuja informativa* (filter bubble), ya que realimentarían las preferencias de noticias de la

respectiva opinión política del usuario con más noticias de esa tendencia, disminuyendo la exposición a ideas diversas (Pariser, 2011).

A pesar de ello, no se ha podido demostrar que los algoritmos actúen como una especie de *aguja hipodérmica*, donde no existan otras variables que permitan al usuario verificar la información que se le propone o recibir contenidos que no sean de su interés. Incluso, se ha observado que la navegación directa en la red podría generar mayor aislamiento ideológico que mediante motores de búsqueda o redes sociales digitales, ya que en el primer caso se visita un sitio web con una intención ya preconcebida (Flaxman et al, 2016). Junto a ello, se ha detectado que muchos usuarios cuentan con una cierta intradiversidad en sus redes sociales digitales, propia de su entramado de contactos, a pesar de que ellos mismos utilicen estrategias para evitar sentirse ofendidos, como eliminar o bloquear a amigos con posiciones divergentes (Seargeant & Tagg, 2018).

Más allá de que aún no se ha podido comprobar con certeza una relación directa entre los algoritmos y determinados efectos, explorar cómo estas tecnologías moldean las dinámicas de consumo de información de los usuarios es procedente como objeto de esta investigación: ya sea para conformarse un juicio informado o distorsionado sobre un determinado tema; o bien para establecer relaciones con ciertas personas con alguna finalidad y periodicidad, o para aislarse de otras. Observar esto resulta fundamental para generar un modelo comprensivo para el estudio de los efectos de este tipo de inteligencia artificial en el campo de la comunicación política, tanto para el caso de la construcción de opinión pública como para el de interacciones sociales en el espacio público.

No obstante, el propósito de este trabajo no es determinar si los algoritmos colaboran como instrumento de una lógica de manipulación, por parte de un maquinador de intrigas oculto, que busca desinformar para polarizar el debate ciudadano y evitar la estabilidad y el consenso democrático. Esto haría suponer, primero, que habría una realidad ontológica objetiva y libre de construcción social para compararse, pero en seguida surge la pregunta de quién la produce. Por ende, más bien se optará por el tratamiento de este problema a partir del *constructivismo operativo*, el cual no niega al mundo, pero lo reflexiona como un horizonte inalcanzable, ya que los sistemas cognitivos no tienen otro acceso a los objetos que el conocimiento (Luhmann, 2000).

Por otro lado, si bien es cierto que los algoritmos son programados por un equipo de personas

o una organización en particular, no es posible relacionar las motivaciones subjetivas de estos programadores con la totalidad de los efectos que la inteligencia artificial produce. Esto a causa de que las máquinas operan como “cajas negras”, al no ser capaces de explicar cómo tomaron ciertas decisiones, debido a las millones de correlaciones que hacen para adaptarse al usuario (Marconi & Houshmand, 2018). En consecuencia, sería difícil establecer a un grupo dominante específico que ejerza la manipulación de manera lineal y directa.

Más bien, estos efectos se *autoproducirían* en la comunicación en interfaz entre las personas y las *máquinas invisibles* (Baecker, 2016b). Esto ha sido desarrollado de manera particular por Mercedes Bunz (2017), quien sostiene que la tecnología, si bien es creada por el hombre, sigue sus propias reglas, y entender cómo funciona un aparato tecnológico no implica que sepamos cómo interactúa con las estructuras de la sociedad. Por ejemplo, para la autora, Google tiene como función técnica la búsqueda de datos, pero, en el plano cultural, se transforma en la herramienta hegemónica de búsqueda de conocimiento, por lo cual amenaza a los expertos de la sociedad.

Por último, el problema principal de categorizar los efectos de los algoritmos según un esquema bueno/malo es que se asume que algunos son perjudiciales para la sociedad y ciertos valores democráticos, pero implícitamente también que otros son positivos, es decir, reafirman la democracia. Entonces, la manipulación no estaría definida según los efectos factuales de la tecnología, sino a partir de cómo estos afectan determinados valores culturales.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, esta investigación se centrará más bien en explorar cuáles son los efectos de los algoritmos en las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de los usuarios desde la perspectiva epistemológica de la Teoría General de Sistemas Sociales (TGSS), ya que permite abordar este problema desde un enfoque que comprende que toda realidad es construida por un observador; que, por lo tanto, todo ámbito normativo no viene dado ontológicamente, sino que está socialmente construido; y que lo social se reproduce a partir de la recursividad de la comunicación, y no de la acción subjetiva de cada individuo.

Con ello, nos centraremos en la hipótesis interpretativa mencionada por diversos autores, que sostiene que la introducción de un nuevo *medio de difusión* confronta a la sociedad con posibilidades nuevas y excedentes de comunicación, para cuyo manejo selectivo la estructura y cultura de la sociedad actual son insuficientes y, en consecuencia, este proceso llevaría a la

transformación de dicha estructura y cultura (McLuhan, 1996; Castells, 1996; Luhmann, 2006; Bunz, 2017; Baecker, 2018). Es decir, si es posible comprobar que existen efectos producidos por los algoritmos en las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales, entonces el excedente de sentido generado en esta interfaz entre el humano y la máquina pudiese llevar a una nueva forma de diferenciación y de autodescripción de la sociedad.

Dicho esto, este trabajo, de carácter exploratorio, se enfocará en describir cómo estas tecnologías moldean las dinámicas de consumo de información de los jóvenes, afectando su opinión y sus interacciones sociales, con el propósito de avanzar hacia un modelo comprensivo que permita estudiar esto como un fenómeno complejo. El grupo etario joven es especialmente importante para observar los efectos de los algoritmos en el ámbito planteado, pues, en Chile, el segmento de 18-34 años se informa principalmente por plataformas como Whatsapp o Facebook, por sobre la televisión abierta, a pesar incluso de la poca credibilidad que le otorgan a estas TIC (CADEM, 2020). Por ende, se conjetura que los jóvenes estarían más relacionados con la comunicación en interfaz con las máquinas.

Asimismo, se examinará la interacción de los usuarios mediada en particular por los algoritmos de las redes sociales digitales. La preferencia responde a que, en estos casos, los *feed*² de noticias que aparecen en las interfaces son entregados al individuo a partir de una selección, realizada por la tecnología, de ciertos contenidos que esta presupone que son significativos para él. Esto se diferencia, por ejemplo, de la situación de los algoritmos de los motores de búsqueda, donde la intención del usuario de visitar un determinado sitio web puede ya estar preconcebida.

Por último, se restringirá el estudio de las dinámicas de consumo de información de los jóvenes con relación únicamente al cambio constitucional en Chile. Dicha acotación responde a la decisión de esta investigación de analizar los efectos de estas tecnologías, sobre estas dimensiones del sentido, desde un tema que representa alta relevancia para el campo de la comunicación política en nuestro país, ya que está vinculado con el contexto reciente del *estallido social* del 18 de octubre de 2019.

² El *feed* es un flujo de contenido por el cual el usuario puede navegar y desplazarse, ya que las publicaciones aparecen en bloques similares que se repiten uno tras otro. Un *feed* puede contener informaciones variadas, como una lista de artículos y noticias o de productos y servicios, dependiendo de qué es lo que esté determinado que muestre la página web a los usuarios.

Al respecto, cabe señalar algunas investigaciones que han surgido en el último tiempo en nuestro territorio, las cuales pretenden describir la relación entre el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y el denominado *estallido social* (Grassau et al., 2019; Scherman et al, 2019; CADEM, 2020). Es decir, este fenómeno ha despertado el interés científico en el campo de la comunicación política. Sin embargo, el afán de este trabajo es ir más allá del mero enfoque descriptivo y avanzar en un modelo comprensivo para estudiar los efectos de las herramientas digitales en las estructuras sociales.

Junto a ello, este trabajo pretende distanciarse de las investigaciones empíricas recientes que revisan los efectos de los algoritmos en la recomendación de noticias al usuario. Primero, porque estas se centran, en gran parte, en el contexto político particular de Estados Unidos, donde la diversidad ideológica se reduce a una opción binaria (republicano-demócrata) y, segundo, porque no han podido comprobar que la tecnología tenga un efecto negativo de filtro informativo que influya en la misma proporción y manera en los usuarios, según establece el metaanálisis de Moeller y Helberger (2018) acerca de este tipo de estudios.

En consecuencia, esta investigación no busca determinar si los algoritmos de las redes sociales digitales generan un determinado efecto, como reducir la exposición a contenido diverso, en un esquema comunicativo de transmisión de información de emisor a receptor. Más bien, pretende comprender la construcción de sentido en interfaz entre los humanos y las máquinas como un fenómeno complejo, donde la comunicación se produce en medio de una *doble contingencia*, ya que tanto la persona como la inteligencia artificial realizan sus propias distinciones.

Asimismo, se podrá observar cómo los jóvenes interactúan en las redes sociales digitales, con la mediación de los algoritmos, en el contexto chileno, donde actualmente no existe un campo de investigación vastamente desarrollado respecto de esta materia en particular. A pesar de ello, se justifica la observación de este tipo de fenómenos en Chile, ya que este país cuenta con importantes niveles de penetración de Internet y de herramientas digitales.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Capítulo 2. Las descripciones de las TIC en el contexto mundial y nacional.

A modo de abordar la pregunta sobre cómo los algoritmos de las redes sociales digitales moldean las dinámicas de consumo de información de los jóvenes en el ámbito de la comunicación política, es preciso primero revisar el debate, tanto mundial como nacional, desde el cual se formulan las descripciones de los efectos de esta inteligencia artificial que priman en la opinión pública. Así, se puede vislumbrar desde qué marco surgen modelos comprensivos que buscan atribuir una relación directa entre determinados procesos sociales y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Para dar cuenta de aquello, primero, se discutirán ciertos argumentos del debate occidental contemporáneo que entienden a las TIC como herramientas que polarizan el espacio público, coadyuvan en la propagación de la desinformación (*fake news*), manipulan las preferencias electorales (marketing conductual con *Big Data*) y encierran a los usuarios en *burbujas informativas* (filter bubbles).

Luego, se hará mención a algunos sondeos de opinión que han surgido en el último tiempo en Chile, en el contexto posterior al denominado *estallido social* de 2019, para describir las dinámicas de consumo de información de los usuarios en las redes sociales digitales, cuyos resultados han tenido amplia repercusión en la opinión pública local. Además, se nombrará a algunos autores que, a través del estudio de la realidad nacional, buscan proponer modelos interpretativos para los efectos de la inteligencia artificial en la construcción de sentido, desde enfoques meramente técnicos a aquellos que incorporan variables sociales para explicar el fenómeno.

Por último, se enumerarán ciertos obstáculos epistemológicos presentes en las descripciones de los efectos de las tecnologías la información y la comunicación que priman en la opinión pública, ya que impiden observar de manera contingente el fenómeno de la construcción de sentido en la interfaz entre los algoritmos de las redes sociales digitales y los usuarios.

2.1. El primado de la crisis epistémica en la opinión pública global.

En el contexto global, Benkler, Faris y Roberts (2018) refieren a que las democracias

contemporáneas estarían cruzando por una verdadera *crisis epistémica*, la cual se caracteriza por provocar una mayor polarización, partidismo y radicalización de los medios de comunicación y la política. El eje que sustenta la semántica de la *crisis epistémica* es la percepción de que las *fake news* (noticias falsas) habrían tenido una elevada influencia en algunos procesos electorarios del mundo occidental en el último tiempo. En el año 2016, esto se habría hecho patente en los comicios presidenciales de Estados Unidos, con el flujo de historias falsas como la vinculación de Hillary Clinton y su equipo con una red de pedofilia o los supuestos nexos entre Jeb Bush y su familia con el nazismo. A su vez, el referéndum para la salida del Reino Unido de la Unión Europea no estuvo exento de polémica en torno a la credibilidad de la información, ya que se acusó a la campaña *Leave* de mentir sobre la cantidad de dinero que el país pagaba a la entidad continental. Incluso, la emergencia de partidos políticos de extrema derecha, escépticos del orden de la Unión Europea, sumada al triunfo de Donald Trump en Estados Unidos o de Jair Bolsonaro en Brasil, son vistos como una amenaza para el pluralismo democrático, ya que estos actores utilizarían la desinformación para consolidar sus proyectos políticos, con una estrategia que pretendería exacerbar las divisiones sociales para conseguirlo.

En ese sentido, siguiendo la línea argumentativa de la *crisis epistémica*, la amenaza a la democracia sería causada por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), donde convergen las redes sociales digitales, los algoritmos, los *bots*, la inteligencia artificial y el análisis de *Big Data*. Este conjunto de elementos generaría procesos sociales que van más allá del control de cualquier persona o país, y su principal efecto sería crear *eco chambers* (cámaras de eco), es decir, espacios donde el usuario solo refuerza sus propias creencias y prejuicios, sin la posibilidad de contrastarlos con otros individuos en el debate público. Esto se produciría, además, en un clima propenso para la manipulación de la conducta del ciudadano, ya que los grandes conglomerados de la información tendrían los datos suficientes para bombardear a los votantes con contenido afín a sus intereses y, así, en teoría, manejar su comportamiento electoral. De esta manera, el problema principal se generaría cuando estas herramientas caen en manos de actores políticos polarizadores o radicalizados.

A modo de señalar cómo esta semántica se operativiza en un ejemplo concreto, salta rápido a la mente el caso de Cambridge Analytica. Esta empresa de consultoría del Reino Unido, que realizaba análisis de *Big Data*, fue acusada de adquirir de forma indebida información de 50 millones de usuarios de la red social Facebook en Estados Unidos. El propósito era utilizarla para la campaña presidencial de Donald Trump de 2016, a través de la creación de

perfiles psicológicos de los votantes. Al tener aquello, se podría saber qué contenido debía ser enviado a cada uno de estos, de manera individualizada, para persuadirlos de votar por el candidato republicano. Pero, más allá de los distintos procesos políticos y judiciales que tuvo que pasar tanto Cambridge Analytica como Facebook por el uso no autorizado de datos privados, otro eje del debate se abrió hacia la responsabilidad directa que tuvo la empresa consultora en la elección de Trump, e incluso en el triunfo del Brexit, debido a su estrategia de manipulación de datos y presunto uso de noticias falsas.

Dicha crítica al marketing conductual basado en *Big Data* es una muestra de la simplificación del análisis de los efectos de la inteligencia artificial, ya que presenta a esta última como una herramienta de manipulación y desinformación solo para determinados contextos. Pero, como señalan Benkler, Faris y Roberts, cuando la propaganda virtual de la candidatura presidencial de Barack Obama se orientó según los datos personales desarrollados en ese momento, se transformó en un paradigma para las campañas políticas (2018: 11). Entonces, se podría contraargumentar que la comprensión normativa de la tecnología no vendría dada por sus efectos, sino más bien por cómo ciertos agentes la utilizan para determinados fines y un observador califica aquello desde una perspectiva moral.

A su vez, no es posible demostrar empíricamente que el contenido de una campaña electoral construida de manera personalizada, a través de la generación de perfiles psicológicos según los datos personales, tenga una aceptación directa en el votante, de modo tal que se pueda manipular su comportamiento electoral. Primero, porque en una elección compiten entre sí diversos mensajes, comunicados en múltiples plataformas, por lo que no es factible asegurar que uno predominó en el elector respecto de otro a la hora de ejercer su sufragio. Y, segundo, ya que el simple hecho de que un solo sujeto rechace el contenido propuesto por el marketing conductual hace tambalear la hipótesis de que la tecnología produce una manipulación directa.

Otro modelo comprensivo de las TIC que se vincula con la semántica de la *crisis epistémica* es la idea de la *burbuja informativa* (*filter bubble* en inglés, también traducida como burbuja algorítmica o filtro burbuja). Según Eli Pariser (2011), con la decisión de Google de modificar su buscador en diciembre de 2009, se produjo una transformación fundamental en la manera en que las personas consumen información. A partir de ese momento, la compañía introdujo cambios en la definición de los resultados de las búsquedas que hacen los usuarios, con tal de que dichos resultados se ajustaran a los intereses personales de cada uno de ellos.

Para ello, se utiliza un algoritmo que correlaciona múltiples indicadores, como la ubicación donde se conectó la persona o las últimas búsquedas que realizó, y así se obtiene una solución respecto de cuáles serían los resultados indicados en cada caso particular. Es decir, para dicho autor, en esa fecha comenzaría la era de la personalización en el consumo de la información.

Desde el punto de vista de Pariser, la estrategia de las principales compañías de Internet que avanzaron en este sentido, como Google, Facebook, Amazon, Netflix, Yahoo, YouTube y Microsoft Live, es simple: mientras mayor sea la información personal relevante que puedan ofrecer, más espacios publicitarios podrán vender. Ahora bien, el problema residiría en que la personalización no solo determina lo que compramos, sino que las noticias individualizadas de las redes sociales digitales se están volviendo una fuente de información fundamental. En consecuencia, la *burbuja informativa* se produciría debido a que existen algoritmos cuyo objetivo es generar (en un proceso de aprendizaje continuo) un perfil de cada usuario y, a partir de este perfil, construir un universo de información único personalizado que, en esencia, reduciría la exposición de las personas a ideas diversas.

Si bien Pariser comprende que el consumo de los medios de comunicación siempre se ha dado de manera fragmentada, según los intereses y aficiones de las audiencias, plantea que la *burbuja informativa* incorporaría nuevas dinámicas. En primer lugar, que no habría un marco de referencia común entre los espectadores, sino más bien usuarios encerrados en burbujas. Segundo, que, a diferencia de los medios tradicionales, donde es posible conocer previamente la tendencia política de la fuente de información, el filtro generado por el algoritmo sería invisible. Por ende, si bien la tecnología aparentaría ser imparcial, objetiva y verdadera, finalmente sería prácticamente imposible ver lo sesgada que es. Y, tercero, que el usuario no elegiría entrar en la burbuja, como lo hace cuando escoge un determinado medio de comunicación. Más bien, el filtro iría donde este, y con formas cada vez más sofisticadas para captar su atención.

La semántica de la *crisis epistémica* se refuerza con la posibilidad de que los algoritmos de las principales compañías de Internet puedan encerrar a la persona en una *burbuja informativa* o, dicho de otra manera, en una *cámara de eco* en línea, donde el individuo solo confirma sus propios prejuicios y no los pone a prueba en el debate democrático. Sin embargo, un metaanálisis a las investigaciones recientes que revisan los efectos de los algoritmos en la recomendación de información al usuario señala que solo existe una pequeña evidencia de la presencia de *burbujas informativas*. Incluso, varios estudios demuestran que

estas tecnologías pueden incrementar la diversidad de fuentes o causar una exposición incidental a noticias entre usuarios que habitualmente evitarían cierto tipo de información política (Moeller & Helberger, 2018). Es decir, a pesar de que la *burbuja informativa* es una pieza clave en la semántica de la *crisis epistémica*, la evidencia empírica demuestra que este concepto presenta un claro déficit como modelo comprensivo a la hora de explicar cómo las dinámicas de consumo de información del humano son moldeadas por la máquina.

2.2. Chile: escaso desarrollo de modelos para explicar los efectos sociales de los algoritmos.

En tanto, en el contexto chileno, el debate relativo a cómo los algoritmos de las redes sociales digitales pueden influir en la conformación de la opinión pública o el establecimiento de interacciones sociales en el campo de la comunicación política es más bien escaso. Sí, en cambio, es posible encontrar un auge en el estudio del uso de estas plataformas virtuales luego del *estallido social* de 2019 a través de sondeos de opinión, pero sin la referencia directa al algoritmo como objeto de investigación ni modelos comprensivos sobre los posibles efectos de estas tecnologías en las dinámicas de consumo de información. Más bien, el campo nacional más visible para la opinión pública se centra principalmente en el enfoque descriptivo, sin explicar por qué, por ejemplo, se producen fenómenos como la desinformación o los movimientos de protesta ni cómo las redes sociales digitales se vinculan o inciden en estos.

Un caso relevante lo entrega una encuesta de opinión pública realizada en noviembre del año pasado por un equipo de investigadores de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile. Dentro de los hallazgos más interesantes, se encuentra que el 80 por ciento de los encuestados accedió a noticias a través de redes sociales digitales (como Facebook, Twitter o Instagram) todos los días, a pesar de que le ponen nota 3,6 a la calidad de la información, que circuló en dichas plataformas, acerca de las manifestaciones iniciadas el 18 de octubre de 2019. Asimismo, se descubrió que 46 por ciento de la muestra escuchó y creyó noticias falsas en Chile durante ese periodo, cifra significativamente mayor al ser comparada con un estudio realizado en Estados Unidos en 2016, donde solo un ocho por ciento de los norteamericanos tuvo ese comportamiento. Esto último se acrecentaría además en los jóvenes chilenos entre 18 y 24 años, debido a que un 51 por ciento les asignó alta credibilidad a noticias falsas (Grassau et al., 2019).

Junto a aquel, existen otros sondeos de opinión pública, realizados posterior al *estallido social*, que describen las dinámicas de consumo de información durante la crisis. Uno de ellos, llevado a cabo por CADEM (2020), indica que el principal medio para informarse sobre el descontento social y las movilizaciones fue Facebook (50%), seguido de la TV abierta (34%) y los diarios y portales online (24%), a pesar de que esa red social solo califica con nota 4,3 respecto de la confianza en la información entregada. Sí cabe subrayar que las redes sociales tuvieron un aumento significativo en la confianza informativa durante la crisis (47% evaluó a Facebook y 36% a Instagram con notas entre 5 y 7), en claro desmedro de la televisión abierta (solo 29% con notas entre 5 y 7). Además, apenas el 25 por ciento habría compartido información falsa, lo cual se acrecienta en el segmento etario sobre 55 años, con un 31 por ciento contra solo un 18 por ciento en los jóvenes entre 18 y 34 años.

Esto, en principio, contradeciría los datos entregados por los investigadores de la Universidad Católica, respecto de que son los jóvenes quienes creen en mayor medida las *fake news*. Pero, el mismo sondeo CADEM detalla después que, según los encuestados, el medio de comunicación donde más frecuentemente se han encontrado con noticias falsas o inventadas es la TV abierta, por sobre Facebook y WhatsApp. Entonces, es claro que el concepto de *desinformación* es abordado de dos maneras totalmente distintas en estas investigaciones, ya que, en Grassau y colaboradores (2019), se les preguntó a las personas si escucharon y creyeron noticias que se sabía que no era reales, eran rumores o meras conspiraciones. En cambio, en el sondeo de CADEM solo se buscó saber la percepción de la gente acerca de noticias que ellos consideraban falsas, independiente de si estas pasaron por una verificación del hecho. Entonces, entran en juego otras variables para determinar qué entienden los encuestados por noticias falsas, donde, al parecer, la desconfianza hacia el medio de comunicación se vuelve tanto o más relevante que el *fact-checking*.

Más allá de los sondeos de opinión, que predominan en las descripciones de las dinámicas de consumo de información mediadas por las tecnologías en Chile, un autor nacional que aborda de manera explicativa los efectos de la personalización mediada por los algoritmos de las redes sociales digitales en la desinformación es Cristián Huepe. Siendo físico teórico, Huepe (2018) estudia cómo las interacciones entre componentes de sistemas complejos generan fenómenos emergentes que son más que la suma de las partes. En concreto, ha demostrado que la red de interacciones en un modelo de formación de opinión tiende a fragmentarse mucho más fácilmente si se da en condiciones similares al de las redes sociales digitales. Esto porque, en su versión del modelo, cada individuo puede tener una de dos

opiniones y, si su opinión es distinta a la de sus fuentes, tiene dos opciones: cambiar de opinión o cambiar de fuentes. Si la mayoría de los individuos optan por el segundo camino, el resultado será la fragmentación de la red en dos subredes sin ninguna conexión entre ellas. En conclusión, según este autor, cuando las redes sociales se fragmentan tanto que la información objetiva no fluye de un grupo a otro, es posible predecir que, mientras más se distribuyan las noticias a través de las redes digitales, habrá mayor tendencia hacia la *posverdad*, tal como ocurriría con comunidades de personas como los “terraplanistas”³.

La contribución de Huepe al campo chileno es importante para comprender los efectos de la personalización mediada por los algoritmos de las redes sociales digitales en las dinámicas de consumo de información de los usuarios, toda vez que propone un marco explicativo para la emergencia de la desinformación en estas plataformas. Ahora bien, este modelo solo se centra en mostrar cómo la arquitectura del sistema condiciona las posibilidades de sentido para la formación de grupos o comunidades, en un esquema contingente, pero no se hace cargo de explicar cuáles son las variables que intervienen para que determinados grupos o comunidades tomen caminos específicos. En otras palabras, sabemos que el consumo de información en un medio digital puede, por ejemplo, encerrar a las personas en burbujas informativas, pero se torna necesario profundizar en el por qué algunas personas caen en ellas y otras no (o sencillamente algunas en mayor o menor medida que otras).

Otro estudio del campo de la comunicación política en Chile, capaz de aportar con una variable para responder a esta última pregunta, es aquel realizado Serrano-Puche, Fernández y Rodríguez-Virgili. Esta investigación, llevada a cabo también en Argentina, España y México, plantea que la *exposición incidental a la información*, fenómeno en el cual la “prevalencia de las interacciones sociales provoca que, en ocasiones, la persona que accede a Internet con motivaciones como el entretenimiento o la sociabilidad se encuentra con las noticias sin buscarlas directamente” (Serrano-Puche et al, 2018: 23), mitigaría la exposición selectiva de los usuarios (como las *burbujas informativas* y las *cámaras de eco*). Es decir, la interconexión a través de redes y los contactos interpersonales en el espacio *online* provocan que las noticias lleguen al usuario, muchas veces, desprovistas de contexto y jerarquía. Esto, aparentemente, contravendría la idea de que el algoritmo encierra a las personas en *burbujas informativas*, ya que podrían toparse con contenido no propio a sus preferencias en sus

³ El *terraplanismo* es un movimiento de personas que sostienen la creencia de que existe una conspiración para ocultar que la Tierra es en realidad plana, y no esférica.

cuentas de redes sociales digitales.

La investigación anteriormente señalada permite identificar cómo ciertos factores influyen en la exposición incidental a noticias. Primero, aquellos ligados a la arquitectura de las plataformas digitales y a las expectativas de los usuarios hacia estas, ya que en Facebook y YouTube conviven distintas motivaciones, como el entretenimiento o la sociabilidad, que están presentes en menor medida en Twitter. Y, segundo, aquellos factores sociodemográficos que influirían en la exposición incidental de noticias: la edad (a mayor edad, mayor exposición incidental) y la orientación ideológica del usuario (los usuarios en los extremos ideológicos tendrían menor exposición involuntaria).

Este último estudio muestra un aspecto teórico relevante para explicar los efectos de las tecnologías de la información y la comunicación en las dinámicas de consumo de información de los usuarios, ya que se basa en la arquitectura de los medios digitales para comprender el fenómeno, pero también en las expectativas y condiciones sociodemográficas de las personas. Es decir, no solo se debe observar la funcionalidad técnica de las herramientas como condicionante del sentido, sino que metodológicamente los aspectos sociales que interactúan con la tecnología, y hacen que se abran nuevas posibilidades, se vuelven una variable interviniente fundamental. Por ello, el modelo interpretativo de la *burbuja informativa* de Pariser (2011) presenta fisuras al enfrentarse a la realidad, porque se conceptualiza a los algoritmos solo a partir de la función según la cual fueron programadas, pero nada se dice acerca de cómo después estas evolucionan al interactuar con las estructuras sociales. Después de todo, los algoritmos fueron diseñados para aprender las preferencias de los usuarios, lo cual implica también conocer distintas dimensiones de la persona, como sus contactos interpersonales o condiciones sociodemográficas.

En resumen, al revisar tanto el contexto mundial como el local, es posible inferir que en las descripciones sobre los efectos de las TIC en las dinámicas de consumo de información prima un claro componente normativo, o bien meramente descriptivo. Esencialmente, la semántica de la *crisis epistémica* se apoya en la idea de que estas herramientas serían las principales responsables de un clima de mayor desinformación y polarización de los medios de comunicación y la política en las democracias contemporáneas. Y, en consecuencia, dado que la inteligencia artificial produce efectos no deseables para determinados valores culturales, es preciso regularla según principios ético-normativos.

Por otra parte, el enfoque descriptivo dominante en Chile solo se dedica a graficar determinados comportamientos, pero sin teorizar acerca de cómo se producen algunos efectos y cuál es el rol que juega la tecnología en ello. En tanto, otros autores, como Cristián Huepe, ofrecen marcos interpretativos para estos fenómenos, pero que no abordan la totalidad del problema al centrarse meramente en cómo la arquitectura de los medios digitales condiciona la construcción de sentido, sin profundizar en las variables sociales que llevan a la emergencia de la fragmentación de las redes. Esto último contrasta con investigaciones, como la de Serrano-Puche, Fernández y Rodríguez-Virgili (2018), quienes incorporan el análisis de la influencia de los factores sociales en las dinámicas de consumo de información mediadas por los algoritmos de las redes sociales digitales. Esto permite complejizar los modelos comprensivos sobre los efectos de la inteligencia artificial en las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales, cuestión que será abordada más adelante cuando se introduzca el concepto de *medio de difusión*.

2.3. Los obstáculos epistemológicos para la comprensión de los efectos sociales de las TIC.

Dado que el propósito de esta investigación reside en avanzar hacia un modelo interpretativo de los efectos de la interacción mediada por los algoritmos de las redes sociales digitales en las dinámicas de consumo de información, opiniones e interacciones sociales de los jóvenes, se debe dar un primer paso en superar el mero enfoque descriptivo y plantear una teoría que explique este fenómeno. Pero, además, se torna necesario evitar determinados obstáculos epistemológicos⁴ propios de la semántica de la *crisis epistémica*, debido a que dificultan la observación contingente de los efectos sociales que se producen en la interfaz entre el humano y la máquina.

Esto implica, primero, no presuponer estructuras normativas dadas que generen un sesgo racional previo respecto de si la participación de los algoritmos de las redes sociales digitales en la comunicación social lesiona o reafirma un valor cultural determinado. Así, en este caso particular, podremos determinar si estas tecnologías son una variable o no para la

⁴ Luhmann (2006) define los *obstáculos epistemológicos*, según la formulación de Gaston Bachelard, como aquellos “obstáculos que derivan de la tradición, los cuales impiden un adecuado análisis científico y promueven expectativas imposibles de cumplir. No obstante las evidentes debilidades que padecen, no pueden sustituirse” (p. 11). En síntesis, son preguntas y respuestas que llevan al objeto empírico a una uniformidad que impide analizarlo en la complejidad de la sociedad actual, pero que, al estar ya establecidas, bloquean el desarrollo del conocimiento científico.

conformación de un determinado juicio o el establecimiento de una interacción social específica, independiente de si dicho juicio o interacción social afectan o promueven los principios democráticos o socialmente aceptados.

Tampoco es posible suscribir el modelo comprensivo que indica que los algoritmos participan de un entramado de manipulación, cuyo propósito central es manejar las consciencias de los usuarios a través de la desinformación, para polarizar el debate democrático. Primero, porque muchas veces no queda del todo definido qué se entiende por *desinformación*. En ese sentido, se debe recalcar que la información nunca puede ser una representación ontológica de la realidad, por lo que su veracidad dependerá de cómo es procesada por las estructuras de la sociedad. Un ejemplo claro es la ética periodística, que establece, mediante un lenguaje especializado propio, qué corresponde a ser efectivamente información. Sin embargo, debemos entender que la introducción de los medios digitales ha permitido posibilidades nuevas de comunicación para los individuos de la sociedad, por lo que las instituciones históricamente encargadas de discriminar la información se han visto confrontadas con este incipiente excedente de sentido en la comunicación política.

En ese marco, conceptos como la *posverdad*, como distorsión deliberada de la realidad y manipulación de la opinión pública mediante las emociones, aportan poca novedad a la comprensión de los fenómenos actuales, ya que esa definición es fácilmente aplicable a las mentiras propagandísticas en cualquier momento histórico previo. Pero, no se hace cargo de explicar cuáles son las condiciones de posibilidad para que la veracidad de la información se vuelva tan líquida en la sociedad contemporánea. Por lo tanto, es preferible utilizar una teoría de lo social que considere que toda cognición acerca de la realidad es socialmente construida, de modo que todo conocimiento dependerá de las estructuras sociales que lo reafirman.

Además, porque los algoritmos, precisamente al operar como “cajas negras”, son invisibles en términos de las millones de correlaciones que hacen para adaptarse al usuario. Por lo tanto, el problema se sitúa más allá del control que puedan establecer los programadores de estas herramientas. Más bien, hay que entender que la tecnología es creada para determinados propósitos, pero que, al interactuar con las estructuras de la sociedad, produce efectos sociales variados.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, podemos establecer que algunos supuestos de los modelos de la *crisis epistémica*, que han sido elaborados para aprehender los efectos sociales

en la construcción de sentido en la interfaz entre la persona y la máquina, en especial sobre las dinámicas de consumo de información, las opiniones y las interacciones sociales, serían más bien obstáculos epistemológicos. Estos se expresan, primero, en una excesiva normatividad, que analiza solo aquellos efectos que dañan determinados valores culturales, mientras excluye otros, debido a su sesgo racional previo. Segundo, se centran en una concepción de la tecnología como herramienta de manipulación a través de la transmisión directa de sentido al usuario, lo cual carece de evidencia empírica. Tercero, plantean que la desinformación sería un concepto positivo, sin reflexionar mayormente acerca de las condiciones de posibilidad que sustentan la idea de veracidad de la información en la sociedad. Y, por último, en algunos casos exponen que las principales compañías de Internet tendrían el control conductual de los usuarios, debido al acceso a sus datos personales, pero no se hacen cargo de aquellos efectos que no son producidos deliberadamente por los gigantes de Silicon Valley.

En síntesis, el problema central de estos enfoques basados en la *crisis epistémica* reside en que describen epistemológicamente los efectos como una transmisión directa desde las tecnologías al usuario, sin reflexionar acerca de cómo las estructuras sociales se apropian de estas herramientas. Así, su explicación teórica solo puede derivar en una crítica normativa hacia los supuestos efectos que estas últimas generarían.

Por lo tanto, se torna necesario recurrir a una alternativa interpretativa para responder a la pregunta por los efectos de la interacción mediada por los algoritmos de las redes sociales digitales en las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de los usuarios. El camino que tomará esta investigación será revisar distintos aportes teóricos que apuntan, más bien, a comprender la introducción de un nuevo medio de comunicación como un fenómeno que confronta a la sociedad con posibilidades nuevas y excedentes de comunicación, y esto produce efectos sociales al interactuar con las estructuras y cultura de la sociedad. Así es posible evitar los obstáculos epistemológicos que hacen ver a las tecnologías de la información y la comunicación desde la normatividad, la transmisión directa de sentido, la veracidad informativa (y otros valores culturales) como noción ontológica y la manipulación.

Capítulo 3. Los efectos de la introducción de un medio de comunicación en la sociedad.

Son numerosos los autores que han abordado el análisis de los medios de comunicación desde la perspectiva de revoluciones tecnológicas que remecen los órdenes políticos y estéticos establecidos. A partir de algunos de estos esfuerzos, ha sido posible ir generando una alternativa al paradigma comprensivo de la tecnología que la describe epistemológicamente en términos de transmisión directa de sentido desde la máquina al usuario y la explica teóricamente a partir de la crítica normativa a sus supuestos efectos.

En cambio, las tesis que se presentarán a continuación abren la posibilidad de preguntarse por la tecnología como un objeto empírico que es apropiado de diversas maneras por los sistemas sociales. Así, estos autores proponen que la descripción de estas herramientas no viene dada por su capacidad técnica, sino que debe ser estudiada de manera contextual a partir de la interacción contingente con la estructura y cultura. Y, en el ámbito explicativo, señalan que la introducción de un nuevo medio produce transformaciones a nivel social, ya que la sociedad debe buscar la forma para lidiar con las nuevas posibilidades de comunicación que este permite.

En primer lugar, se hará mención al aporte de Marshall McLuhan, ya que es uno de los primeros autores que comprende a los medios de comunicación no solo como mero soportes de mensajes. En vez, entiende la relevancia de estos a partir de las consecuencias que generan en las estructuras sociales, ya que tanto posibilitan (como extensiones de la corporalidad del ser humano) como, a la vez, modelan la construcción de formas de sentido en la sociedad. Luego, atribuye la introducción de cada nuevo medio de comunicación en particular a nuevas formas de diferenciación y descripción de lo social.

Posteriormente, se relevarán pasajes de la obra de Manuel Castells que conceptualizan a las TIC como medios que continuamente se van reconfigurando y van encontrando nuevas aplicaciones al ser apropiados y redefinidos por los usuarios. Esto produce que se generen nuevas formas de sentido en la sociedad, las cuales están moldeadas por el medio tecnológico. La principal característica de estas nuevas estructuras de lo social es la posibilidad de establecer interconexiones en red, las cuales solo pueden ser comprendidas a partir de la complejidad. Un ejemplo muy trabajado por este autor son los nuevos movimientos sociales, que se presentan como redes de ciudadanos, y en especial jóvenes, que se organizan principalmente en el medio de las redes sociales digitales.

Finalmente, se abordará a Mercedes Bunz, ya que ofrece elementos clave a esta investigación para comprender los efectos sociales de los algoritmos, como la amenaza al saber experto y las transformaciones de los conceptos tradicionales de información y opinión pública. Pero, lo central de su obra es que permite entender que, si bien las tecnologías son configuradas con un propósito técnico, luego estas se desarrollan con su propia lógica al interactuar con las estructuras sociales. Sin embargo, esto no ocurre como una especie de determinismo tecnológico, sino que siempre se da en un marco de contingencia que es posible, incluso, moldear.

Con el aporte de estos autores, se torna viable una alternativa interpretativa para los efectos de la interacción mediada por los algoritmos de las redes sociales digitales en las dinámicas de consumo de información, y otras construcciones de sentido, que no cae fácilmente en los obstáculos epistemológicos mencionados previamente. En principio, porque no presupone valores culturales ontológicos para analizar el fenómeno, sino que entiende que los medios remecen los órdenes culturales establecidos, por lo que la observación debe ser contingente y no contener un sesgo racional previo. Luego, porque reconocen que el sentido no es inoculado directamente por el medio según su función técnica, sino que se construye socialmente en un proceso de continua interacción y coevolución entre el humano y la máquina, donde la supuesta intención de manipulación de los programadores de la inteligencia artificial es difícil de comprobar frente a la gran escala de efectos sociales que esta origina.

3.1. Marshall McLuhan: el medio es el mensaje y la aldea global.

Marshall McLuhan, teórico canadiense, plantea que “el medio es el mensaje” para referir a que “las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva” (1996: 29).

De esta manera, McLuhan sostiene la idea de que la introducción de una tecnología reestructura determinadas prácticas sociales. Así ocurre, por ejemplo, con la automatización, la cual tendió a eliminar puestos de trabajo, pero a la vez creó otras funciones para la gente; o el ferrocarril, que aceleró la escala de funciones humanas, creando tipos de ciudades, trabajo y ocio totalmente nuevos. En estos casos, la relevancia del medio no se agota solo en

la función técnica de la tecnología (como automatizar el trabajo o facilitar el transporte), sino que “el ‘mensaje’ de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala, ritmo o patrones que introduce en los asuntos humanos” (McLuhan, 1996: 30).

A partir de este pensamiento, el teórico canadiense se distancia de la visión de los medios de comunicación como meros soportes de los mensajes. Al contrario, señala que, si bien la sociedad forma sus herramientas como extensiones del ser humano, luego estas lo van formando a él. Así, por ejemplo, la luz eléctrica es un medio sin mensaje, a menos que se emplee para una determinada acción o comunicación. Pero, cuando es utilizada para una intervención quirúrgica, un evento deportivo, u otra actividad donde se requiere de esta tecnología, la luz eléctrica se transforma en el mensaje en sí, ya que “es el medio el que modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos” (McLuhan, 1996: 30).

En consecuencia, para el estudio de la comunicación no sería importante analizar el contenido que se expresa en un determinado medio (si es una intervención quirúrgica o un evento deportivo), sino cómo este medio modela las posibilidades de sentido. Esto último sería, en definitiva, el mensaje. A su vez, para el autor, el contenido de todo medio es otro medio, es decir, por ejemplo, un discurso (contenido) de la palabra hablada (medio) puede convertirse también en un medio para otro contenido. Con esto se destaca que “el efecto de un medio solo se fortalece e intensifica porque se le da otro medio que le sirva de ‘contenido’” (McLuhan, 1996: 39).

En la obra de McLuhan es posible distinguir que, con la introducción de un nuevo medio de comunicación en la sociedad, el ser humano transita hacia nuevas formas de experiencia de la realidad. Así, en principio, la palabra hablada produjo una organización tribal, donde primó el sentido acústico en resonancia con la red de parentesco de la tribu. Sin embargo, con el advenimiento del alfabeto fonético, se presentó un predominio del código visual, que logró extender el cuerpo humano en el tiempo y espacio, pero, a la vez, lo fragmentó de la comunidad. Gracias a la palabra escrita, y en especial a la imprenta, se habrían conformado las naciones, las industrias, el mercado masificado y la educación y alfabetización universales. Todo a partir de una gramática que otorga uniformidad, continuidad y linealidad.

Por último, con la llegada de los medios eléctricos, la humanidad estaría viviendo una *retribalización*, donde el sistema nervioso central se extiende en todo el planeta, aboliendo

tiempo y espacio, y volviendo a acercar las preocupaciones de todos los hombres a escala mundial. Ésta sería la *aldea global*, espacio de interdependencia y proximidad mediadas por la electricidad, desde el cual podemos enterarnos de los asuntos de cada individuo y las barreras de la privacidad se reducen. En este lugar se pierden los límites geográficos y el ser humano se vuelve un cuerpo virtual que comunica prácticamente todo, incluso su vida privada, a través de tecnologías como las redes sociales digitales (Ayala, 2012).

3.2. Manuel Castells: la era de la información y la Internet como espacio de autonomía.

En una línea teórica similar, Manuel Castells (1996) plantea que las tecnologías de la información y la comunicación producen una transformación tan relevante en la sociedad como lo fue en su momento la Revolución Industrial del siglo XVIII, por lo que se permite hablar de la época contemporánea como la Era de la Información. Él propone la hipótesis de que la profundidad del impacto de los efectos sociales de estas tecnologías está en función de la capacidad de penetración de la información en la estructura social, tal como lo hizo en su momento la imprenta con las sociedades de la Edad Moderna. Para este autor:

“Lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos” (Castells, 1996: 58).

Esta definición es observada por el sociólogo español a partir de que, durante una primera etapa, estas nuevas tecnologías de las telecomunicaciones pasaron por un proceso de automatización de sus tareas y aprendizaje mediante el uso. Pero, posteriormente, los usuarios tomaron el control de estas tecnologías y acabaron reconfigurando las redes y encontrando nuevas aplicaciones, como ocurre en la Internet. En ese sentido, el círculo de retroalimentación, como introducción de una tecnología, su utilización y su desarrollo en nuevos campos, se expande y permite que este *medio* amplifique infinitamente su poder al ser apropiado y redefinido por el usuario. O, para parafrasear a McLuhan, el contenido del medio se vuelve otro medio, en un círculo inacabable de retroalimentación.

Castells sostiene que los ordenadores, los sistemas de comunicación y la decodificación y programación genética son (al igual que McLuhan) amplificaciones y prolongaciones de la mente humana. Es decir, habría una integración creciente entre mentes y máquinas, que se

expresaría en nuestros bienes, servicios y producción material e intelectual. Y si bien los contextos culturales/institucionales y la acción social intencionada interactúan con el sistema tecnológico, este último “lleva incorporada su propia lógica, caracterizada por la capacidad de traducir todos los aportes a un sistema de información común y procesar esa información a una velocidad creciente, con una potencia en aumento, a un coste decreciente, en una red de recuperación y distribución potencialmente ubicua (1996: 59).

En consecuencia, el paradigma de la Tecnología de la Información, como describe Castells, se caracterizaría, primero, por tener a la información como su materia prima. Segundo, por la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías, donde todos los procesos de nuestra existencia individual y colectiva están moldeados por el nuevo medio tecnológico. Tercero, por su lógica de interconexión en red, que puede organizar topológicamente a procesos y organizaciones mediante las TIC. Cuarto, por su flexibilidad, ya que se vuelve posible modificar las organizaciones e instituciones a través de la reprogramación y reequipamiento. Y, quinto, por la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado, donde las empresas se reúnen crecientemente en alianzas estratégicas y proyectos de colaboración para la producción tecnológica.

En ese marco, este autor plantea que este paradigma de la Tecnología de la Información podría ser entendido mediante el planteamiento epistemológico de la *complejidad*, el cual, en respuesta a la *teoría del caos* de la década de los ochenta, se centra “en la comprensión del surgimiento de estructuras autoorganizadoras que crean complejidad en la simplicidad y un orden superior del caos por medio de diversos órdenes de interactividad de los elementos básicos que se encuentran en el origen del proceso” (Castells, 1996: 91). No obstante, para Castells el concepto de complejidad parecería excluir todo marco integrador y sistémico, por lo que debe considerarse un método para comprender la diversidad, en lugar de una metateoría unificada:

“El paradigma de la tecnología de la información no evoluciona hacia su cierre como sistema, sino hacia su apertura como una red multifacética. Es poderoso e imponente en su materialidad, pero adaptable y abierto en su desarrollo histórico. Sus cualidades decisivas son su carácter integrador, la complejidad y la interconexión” (Castells, 1996: 92).

En la obra del sociólogo español es posible encontrar, por ejemplo, el análisis del vínculo entre las redes sociales digitales y la emergencia de nuevos movimientos sociales, como la

primavera árabe, los *indignados* de España y el *Occupy Wall Street* de Estados Unidos. Para Castells (2012), estas protestas tienen su raíz en estas plataformas virtuales, toda vez que se presentan como espacios de autonomía respecto del Estado y las grandes corporaciones que controlan los medios de comunicación tradicionales. Lo que distingue a estos movimientos de protesta es la lucha entre un poder y un contrapoder, es decir, entre los *poderosos*, que pretenden construir la sociedad según sus valores e intereses, y los actores sociales que reclaman instalar sus propios valores e intereses. Y, para la constitución de esos actores sociales, es fundamental la construcción de sentido paralela al orden hegemónico, la cual ocurriría, en gran medida, “de los mensajes y de los marcos creados, formateados y difundidos en las redes de comunicación multimedia” (Castells, 2012: 24).

En esa línea, Castells (2014) propone que, en la primera década del siglo XXI, la difusión de las redes de comunicación por Internet ha transformado los procesos de comunicación política, desde una emisión unidireccional a una multimodal, donde múltiples emisores envían mensajes a múltiples receptores. En este nuevo mundo se presentaría la paradoja de que existe, por un lado, un oligopolio creciente de la propiedad de los medios de comunicación por grandes empresas de comunicación y, por otro, una capacidad decreciente de control de gobiernos y conglomerados sobre las redes de comunicación horizontales que caracteriza la autocomunicación de masas. Y, a pesar de que la privacidad desaparece y se produce el control de datos por parte de las empresas, la Internet sería tan amplia que no habría una forma efectiva de impedir la comunicación entre personas y colectivos más allá de los sospechosos habituales.

Por ello, para este autor, “Internet fue diseñado deliberadamente como una tecnología de libertad” (Castells, 2014: 9). Incluso, cuando se generan espacios de vigilancia por parte de los gobiernos y empresas de información, las escasas barreras de entrada del espacio virtual hacen que no incremente el control. Y, en último término, si los usuarios se sienten censurados, emigran a otras plataformas que surgen como alternativa.

“Mediante la articulación entre innovación tecnológica, difusión de la telecomunicación digital y afirmación global de la cultura de libertad, amplios sectores de los ciudadanos, sobre todo en las generaciones jóvenes, han construido su sistema propio de autocomunicación en el que viven, trabajan, debaten, sueñan, se enamoran, se enfadan y cuando hace falta se movilizan. Sin por ello dejar el mundo de la interacción física directa” (Castells, 2014: 9.).

Todo esto explicaría que, cuando este conjunto de ciudadanos no encuentra canales de participación política o de control de sus gobernantes, utilicen las redes sociales digitales para debatir, organizarse en red y movilizarse, tanto desde el espacio público cibernético como en el espacio urbano. La característica morfológica principal de estos movimientos de protesta sería la formación en red, rizomática, por lo que nunca desaparecen del todo, sino que se repliegan y resurgen “en un constante vaivén que mantiene la tensión de la crítica y la propuesta” (Castells, 2014: 12).

3.3. Mercedes Bunz: la revolución silenciosa de los algoritmos.

Una contribución también reciente para comprender cómo las tecnologías de la información y la comunicación transforman la sociedad la realiza Mercedes Bunz. Esta autora analiza en particular los efectos de la introducción de los algoritmos en diversos ámbitos de la sociedad, como la ciencia, la economía o la política. Uno de los elementos que destaca es la amenaza que estas herramientas representan para el saber experto, toda vez que son capaces de compilar un número inconmensurable de datos y, en el caso de los motores de búsqueda, reemplazan a las enciclopedias como índices del conocimiento. Por lo tanto, las instituciones pierden paulatinamente su voz de autoridad para definir las pretensiones de verdad:

“La información digital no aparece en cuanto hecho institucional. Los buscadores ayudan a averiguarla, porque en definitiva convierten las muchas voces en una lista abarcable. Claro que esa lista no es más que una propuesta orientativa, un orden provisorio: el usuario tiene que evaluar por su cuenta qué quiere considerar definitivo, y tiene que encontrar su propia explicación de los resultados (Bunz, 2017: 29 y ss.).

Esto trae consigo nuevos significados para nuestro mundo, que aumentan en la medida en que los algoritmos penetran en nuestra vida. Primero, no existe una autoridad única que declara la veracidad de la información, sino un coro de voces variadas. Segundo, los datos digitales pueden combinarse fácilmente con otros datos y graficarse de las más diversas maneras. Y, tercero, la información se dispersa, cubre nuestro mundo por donde sea que vayamos y estemos, como una nube de datos, y los conocimientos ya no se aprenden, sino que se los activa según su necesidad y grado de precisión. Todos estos factores llevan a que el conocimiento experto se estructure a partir de una pluralidad de saberes.

Otro aspecto clave de la obra de Bunz es la idea de que la lógica de la tecnología escapa a la intervención humana. Es decir, si bien las herramientas son creadas por el humano, siguen sus propias reglas, como un proceso que se desarrolla con vida propia. Ahora bien, “que la técnica siga su propia lógica no significa que el punto de partida del proceso que atraviesa esté predeterminado o decidido al detalle y que el humano no pueda ejercer más influencia sobre él. Al contrario: la tecnología nos acontece, pero no nos determina; más bien ofrece a nuestras sociedades un potencial que podemos moldear” (2017: 57).

Con esta perspectiva, la autora se distancia de la visión manipulante de la tecnología, que la señala como responsable de, por ejemplo, la incapacidad de desconectarnos de estos aparatos en su uso diario. Para ella, siempre está la posibilidad de pulsar el botón de apagado. Más bien, este tipo de comportamientos tendrían relación con la falta de autodisciplina y una ética insalubre del trabajo, propia del capitalismo actual. Por ende, no se debe confundir las capacidades técnicas de las herramientas con el modo en que estas son interpretadas y aplicadas por la sociedad. No obstante, la teórica alemana también se desmarca de las opiniones optimistas de carácter futurista, que indican que la tecnología llevará a la humanidad, por arte de magia, a una utopía social donde se erradicará el hambre, las enfermedades y la falta de energía, y la participación ciudadana por Internet reemplazará los procedimientos lentos de la democracia representativa. Todas estas miradas caerían en el error de pensar al individuo como “un apéndice pasivo de innovaciones imparables cuya lógica se supone que nos catapultará en forma automática a un futuro mejor” (Bunz, 2017: 59).

Bunz argumenta que ambas visiones no permiten entender el fenómeno de la tecnología. En ese sentido, propone que “comprender cómo funciona un aparato técnico, por ejemplo, no significa en absoluto que sepamos en qué actividades se lo podrá emplear. El funcionamiento técnico y su lógica técnica interactúan solo de manera laxa con estructuras y procesos inherentes a la historia cultural, pero también a la política. Y sin embargo están interrelacionados” (2017: 61). Así, aplicado en un caso particular, Google posee una *funcionalidad técnica* como empresa, que es gestionar datos. En el caso de su buscador, utiliza algoritmos que filtran de manera selectiva a partir de categorías determinadas y nunca registran más que sectores del conocimiento. “Quien crea sin dudar en los resultados de los algoritmos se autoencierra en un mundo preclasificado que el experto estadounidense en Internet Eli Pariser ha denominado *filter bubble*, burbuja de filtros” (2017: 64).

Sin embargo, como *técnica cultural*, la búsqueda se vuelve la herramienta de conocimiento hegemónica, lo cual amenaza la posición del experto de conocer los datos con precisión y exactitud. Por último, como *técnica social*, interactúa de diversas maneras con el sistema político, como en el caso de las constantes regulaciones que ha tratado de imponer el gobierno de China en su territorio para Google, muchas de ellas sin éxito, como ocurre en Hong-Kong. Cuando la tecnología se conduce de una forma en que desobedece las legislaciones y controles institucionales, se muestra como *gesto técnico*, que vendría a ser:

“Una suerte de estructura de la tecnología que vuelve a transformarse con cada nueva revolución técnica. La industrialización, por ejemplo, se basa en la construcción de sistemas, razón por la cual es decisivo el proceso de estandarización. Lo digital, en cambio, fragmenta y distribuye, por lo cual el aspecto más importante es la flexibilización, en lugar de las normas rígidas” (Bunz, 2017: 68).

Por último, esta autora aborda cómo los algoritmos transforman el espacio público, con la emergencia de la *opinión pública digital*. Para ella, si bien Jürgen Habermas (1994) analiza la publicidad en una época donde las leyes y censuras le daban forma, en la actualidad los medios digitales ofrecen a los lectores nuevas posibilidades de información, más allá del trabajo periodístico. Por ende, en la actualidad la opinión pública se fragmenta en el espacio virtual, pero convive con el periodismo profesional, ya que este último sigue suministrando el fondo común de informaciones relevantes, posee una ética que le otorga credibilidad y confiabilidad y, por último, permite ser una instancia orientadora en un mundo donde la sobreabundancia de información se vuelve algo normal.

No obstante, los periodistas dejan de ser los guardines únicos de la verdad, ya que los usuarios de la Internet tienen hoy las herramientas para informar un hecho noticioso en vivo y en directo desde el lugar del acontecimiento. Y, cuando esto se transforma en un coro de voces, el contenido digital puede adquirir pretensión de verdad. Finalmente, la digitalización se presentaría como un espacio de organización de movimientos de protesta y organizaciones, como una esfera social no vinculada a la eficiencia económica.

3.4. McLuhan, Castells y Bunz: contribuciones para comprender los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales.

Luego de revisar algunos elementos de las obras de Marshall McLuhan, Manuel Castells y Mercedes Bunz, es posible afirmar que cada uno de ellos realiza contribuciones específicas para explicar los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales en distintas construcciones de sentido de los usuarios. Pero, asimismo, mantienen una línea común, por cuanto buscan describir a las TIC no solo desde su capacidad técnica, sino también a partir de su reconfiguración al interactuar con las estructuras sociales. Junto a ello, pretenden interpretar los efectos de estas herramientas como una respuesta de la sociedad para lidiar con las nuevas posibilidades comunicativas que estas entregan.

Esto es fundamental a la hora de sortear obstáculos epistemológicos cuando se analiza el fenómeno, como presuponer estructuras normativas que impiden la observación contingente, debido a un sesgo racional previo; o pensar a estas tecnologías como instrumentos de una lógica de manipulación, las cuales inocularían efectos directamente hacia el usuario.

Si bien McLuhan propone un concepto de medio de comunicación como posibilitador y limitador de las formas de sentido en la sociedad, este medio no tiene una condición modeladora estática. Esto porque se va construyendo precisamente en interacción con las estructuras sociales, lo que, a su vez, produce nuevos medios para la construcción de nuevas formas de sentido en una dinámica coevolutiva. En tanto, estas nuevas experiencias de lo sensible, o extensiones del cuerpo humano, como dice el autor canadiense, van generando transformaciones en la diferenciación y descripción societal.

En la misma dirección, Manuel Castells plantea que la profundidad del impacto de las TIC está en función de la capacidad de penetración de la información en la estructura social. Pero lo relevante no es la información en sí, sino que el círculo de retroalimentación entre innovación y nuevos usos de los medios, a través de la apropiación y redefinición de estos últimos por parte de los usuarios. Esto ocasiona una creciente integración entre mentes y máquinas, donde las comunicaciones, acciones y vivencias interactúan con sistemas tecnológicos capaces de procesar volúmenes enormes de información a una alta velocidad.

Con ello emergen, en el medio tecnológico, estructuras sociales interconectadas en red que solo pueden ser comprendidas a partir del paradigma de la complejidad, por su capacidad de

autoorganizar un orden superior, caótico y siempre abierto, sobre la base de sus elementos básicos originales. Y estas nuevas estructuras sociales, como, por ejemplo, los movimientos de protesta, hacen nuevos usos de las innovaciones mediáticas, extendiendo sus posibilidades humanas, sin la necesidad de que un ente las manipule intencionalmente para producirlas.

Luego, como sostiene Mercedes Bunz, las nuevas tecnologías producen efectos también en la cultura, como en el caso del conocimiento, el cual ya no es establecido únicamente por la autoridad de los expertos, porque los motores de búsqueda suman una pluralidad de saberes que los amenaza. O bien, la veracidad informativa, donde los periodistas ya no son su único guardián, sino que un coro de voces del espacio digital igualmente puede difundir una noticia con pretensión de verdad.

Consecuentemente, todo valor cultural debe ser observado en la situación particular en el que la sociedad lo produce, en vez de presuponer su existencia ontológica e inalterable. Tal es el caso, por ejemplo, del concepto de *desinformación*, el cual, algunas veces, es utilizado por las personas para demostrar su desconfianza hacia la cobertura de las noticias por la televisión abierta, aun cuando los hechos narrados por esta puedan ser reales. No darse cuenta de aquello, implica caer en un sesgo racional que coloca a un valor (como la veracidad informativa) en una posición trascendente, sin percatarse de cómo la sociedad lo transforma en el tiempo.

Por último, Bunz nos plantea que, si bien los algoritmos son configurados con una funcionalidad técnica, esta solo interactúa de manera laxa con las estructuras y cultura de la sociedad. Por ello, no se puede hacer responsable meramente a esta inteligencia artificial de, por ejemplo, manipular para polarizar las dinámicas de consumo de información de ciertas personas o grupos, debido a que siempre es posible no informarse por medios como las redes sociales digitales. Es decir, no hay que confundir las capacidades técnicas de estas herramientas con el modo en que son apropiadas por los sistemas psíquicos o sociales.

En definitiva, los aportes de McLuhan, Castells y Bunz siguen el denominador común de comprender a los medios no como meros soportes, sino que como condiciones de posibilidad para nuevas formas de sentido. Pero las propiedades modeladoras de los medios no son estáticas, como podría pensarse cuando se hace una descripción técnica de estos. Más bien, son el producto del modo evolutivo en que las estructuras sociales hacen nuevos usos de estos y los redefinen constantemente.

Entonces, para investigar los efectos de los medios de comunicación en la construcción de sentido, la sociedad se torna una variable interviniente tan relevante como la funcionalidad técnica. Porque, si bien las tecnologías de la información y la comunicación son diseñadas con ciertos propósitos por sus programadores, luego ocurren fenómenos sociales que claramente no son imputables a una supuesta manipulación. Por ende, cabe avanzar hacia un concepto de medio de comunicación que abarque su carácter de modelador del sentido, como también el de producto de las propias condiciones de posibilidades existentes.

Capítulo 4: Hacia una teoría integrada de los efectos sociales de los medios.

Como quedó establecido en el capítulo anterior, distintos autores han planteado la relevancia de comprender a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) epistemológicamente a partir de su interacción con las estructuras sociales, y no solo desde su carácter técnico; como también, de generar marcos interpretativos para los efectos que estas herramientas producen en la forma de diferenciación y cultura de la sociedad, en vez de centrarse meramente en la crítica normativa desde ciertos valores culturales.

Lo fundamental de las contribuciones de McLuhan, Castells y Buzsáki es que sostienen que la introducción de estas herramientas en la vida cotidiana, dentro de las que se encuentran los algoritmos de las redes sociales digitales, está cambiando a nuestra sociedad, tal como ocurrió antes con otros medios de comunicación. Por lo tanto, estos últimos no serían meros soportes de la comunicación, sino que se presentarían como condiciones de posibilidad de la construcción de sentido y, a la vez, como productos de su utilización por parte de los usuarios. Es decir, estos autores entregan una base teórica con elementos comunes para estudiar el fenómeno de los efectos sociales producidos por los medios tecnológicos en las distintas dimensiones de la construcción de sentido de lo social.

Ahora bien, en este capítulo se abordará el aporte fundamental de Dirk Baecker, quien realiza un esfuerzo por integrar estas perspectivas desde la Teoría General de Sistemas Sociales (TGSS). Esto permite explicitar las intuiciones presentes en los tres autores mencionados anteriormente, principalmente acerca de la relación entre medios de comunicación, cultura y cambios sociohistóricos, desde un marco teórico que va desde lo general a lo particular del fenómeno, pero sin caer en los obstáculos epistemológicos de normatividad y valores culturales ontológicos, transmisión directa de sentido y agencia de manipulación, que ya han sido mencionado latamente por su notoria presencia en la semántica de la *crisis epistémica*.

En esa dirección, en primer lugar, se detallará la distinción medio/forma de la TGSS, un concepto crucial para entender cómo un medio de comunicación puede ser estructura (condiciones de posibilidad de formas de sentido) y, a su vez, acontecimiento (nuevas posibilidades producto de su interacción con las estructuras sociales). Para ello, es fundamental comprender la relevancia que autores como Niklas Luhmann y el mismo Baecker otorgan a la comunicación como elemento indivisible de su teoría social, pero, al mismo tiempo, como un proceso contingente que requiere de estructuras latentes para

posibilitar la reproducción de la sociedad.

Segundo, se mencionarán las reflexiones de estos últimos autores respecto de las estructuras específicas que emergen con la introducción de la computadora en la comunicación social. Con ello, se indagará en la manera en que las máquinas digitales, dentro de las que se encuentran los algoritmos de las redes sociales digitales, actúan como condiciones de posibilidad de nuevas formas de sentido.

Tercero, se dará cuenta de aquel marco explicativo, proveniente de la TGSS, para los efectos de la introducción de múltiples medios de comunicación en la sociedad. Esta hipótesis interpretativa sostiene que esta última es confrontada por cada nuevo medio, ya que este genera nuevas posibilidades comunicativas para cuyo manejo selectivo la estructura y cultura social son insuficientes, por lo que deben evolucionar para lidiar con ese excedente de sentido. Esto vendría a ocasionar una nueva época mediática, idea que va en línea con lo que proponen McLuhan, Castells y Bunz.

Finalmente, se explicará la hipótesis con la que se describirán a los algoritmos de las redes sociales digitales como *medios de difusión* que posibilitan y limitan formas de sentido, pero, a la vez, producen nuevas posibilidades al interactuar con las estructuras sociales. De esta manera, con los aportes de McLuhan, Castells, Luhmann, Bunz y Baecker se consigue abrir una línea investigativa paralela a los modelos teóricos de la *crisis epistémica*, los cuales adolecen del problema de caer en los obstáculos epistemológicos de transmisión directa de sentido, normatividad, categorías ontológicas y manipulación a la hora de comprender el fenómeno.

4.1. La TGSS y su distinción medio/forma.

Para progresar hacia un concepto de medio de comunicación no ontológico (como ocurre con la descripción técnica), sino dinámico al interactuar con las estructuras sociales, se vuelve fundamental entender la función de los medios en la comunicación de la sociedad. En consecuencia, en esta sección se detallarán los principales postulados de la TGSS, en específico respecto de la conceptualización de *sociedad* y de *medio de comunicación*, y cómo este último término aporta a esta investigación, ya que es presentado como aquello que media en la construcción de formas de sentido que posibilitan la reproducción de lo social.

Una de las cuestiones centrales que permiten la formulación de la Teoría General de Sistemas Sociales de Luhmann tiene relación con la pregunta por aquel elemento que sostiene la unidad de la diferencia de la sociedad, es decir, el elemento indivisible que reúne a las diversas comunicaciones, acciones y vivencias que ocurren en ella y que permite definirla como objeto de estudio. Para nombrar dicho elemento, este autor descarta nociones como la *intersubjetividad*, ya que las proposiciones que la sostienen requieren definir ese “inter” entre los sujetos, ya sea como consenso ético o como acción comunicativa, dejando fuera de la sociedad el disenso o lo irracional. En cambio, si se comprende a la consciencia subjetiva como operacionalmente cerrada, ese “inter” será observado siempre a través de límites sistémicos (ya sea psíquicos o sociales). Es decir, no habría un mundo ontológicamente objetivo, con independencia de los sistemas. Por lo tanto, la unidad de lo social se caracterizaría más bien por la operación que produce y reproduce esta unidad: la comunicación (Luhmann, 1998).

Esto implica que lo social no se encontrará en la consciencia ensimismada de los sujetos o en formas trascendentales. Los elementos indivisibles que permiten que la sociedad se reproduzca permanente y exclusivamente en sus operaciones, es decir, los que la convierten en un *sistema autopoietico operativamente clausurado*⁵, son comunicaciones producidas recursivamente a través de otras comunicaciones. En consecuencia, para esta teoría, el ser humano es desplazado al entorno del sistema sociedad y el énfasis es puesto en la capacidad autoorganizativa de los sistemas sociales. Aunque, claramente, los seres humanos son presupuestos para la existencia de estos últimos, a pesar de no ser considerados sus componentes elementales (Arnold, 2008).

Ahora bien, si la comunicación es aquello que permite la reproducción de la sociedad, surge la pregunta por las condiciones que posibilitan la recursividad de la comunicación. Después de todo, esta última ocurre en un contexto de alta improbabilidad, dado que la interacción de

⁵ La *autopoiesis* es un concepto elaborado por los biólogos chilenos Humberto Maturana y Francisco Varela para referirse a sistemas vivos con características dinámicas cerradas, ya que constituyen con sus interacciones la red de producción que los origina; especifican, como componentes, los límites de esta red; y constituyen esta red como unidad en su dominio de existencia. Luhmann generaliza este concepto para hacerlo aplicable a la consciencia y a los sistemas sociales. Sobre estos últimos, el sociólogo alemán sostiene que son capaces de producir de manera autorreferente sus propios elementos, los cuales son comunicaciones que se van encadenando unas a otras y generando así los límites sistémicos respecto del entorno. Esto implica que los elementos de los sistemas sociales estén atados en el tiempo, porque tan pronto como se producen, comienzan a desaparecer. De modo tal que se hace necesario lograr vínculos entre dichos elementos para hacer permanecer al sistema en un proceso de continua recursividad o *autopoiesis* (Rodríguez & Arnold, 1991).

los agentes ocurre al interior de la intransparencia de los límites sistémicos, como dos cajas negras que entablan relaciones sin mediar causalidad alguna. Es decir, si la comunicación no se da en un ámbito necesario, sino que de *doble contingencia*⁶ entre los participantes, deben regir ciertas expectativas que probabilicen la aceptación o el rechazo de lo comunicado en contextos específicos, con tal de reducir la agencia de los sujetos y asegurar la *autopoiesis* de la sociedad.

En otras palabras, para que la recursividad de la comunicación permita la continuidad de los sistemas sociales de comunicación, deben existir estructuras latentes, que incluso pueden llegar a ser inobservables por los agentes. Eso sí, cabe indicar que, para el sociólogo alemán, debido a la operación recursiva de interacciones, las estructuras latentes pueden desarrollarse de manera no-lineal respecto de las expectativas de los participantes de la comunicación, por lo que las funciones de estos sistemas sociales no vendrán dadas, sino que serán construidas socialmente en cada interacción (Leydesdorff, 2010). Entonces, para Luhmann (1994), sería una tarea de la sociología observar estas latencias y volverlas contingentes, método conocido como *observación de segundo orden*, aunque sin olvidar que esta ciencia, al ser un sistema social constituido por comunicaciones, describe lo social dentro de la sociedad, y no desde el sitio trascendente que tradicionalmente se asigna al sujeto que observa un objeto⁷.

Sin embargo, persiste la duda respecto de cómo estas estructuras latentes probabilizan la

⁶ Para Luhmann, el problema de la *doble contingencia*, entendida esta como algo que no es necesario ni imposible, “surge cuando se relacionan sistemas que cuentan con el potencial de experimentar y concebir los hechos como selecciones que involucran negaciones, con el potencial de negar reflexivamente estas negaciones y, así, de reconstruir otras posibilidades” (Rodríguez & Arnold, 1991: 104). Es decir, la capacidad del ser humano de negar permite que dos sujetos individuales (*alter* y *ego*) se vean constantemente enfrentados a múltiples posibilidades abiertas de selección en el proceso comunicativo.

⁷ Con ello se aborda un problema central para la sociología, como son las preguntas por el caso, o hechos manifiestos, y por aquello que se oculta detrás de él, o estructuras latentes. Para Luhmann (1994), la teoría social siempre ha rehuído de la paradoja de la unidad entre ambos elementos, ya sea porque el enfoque crítico refiere siempre a la sociedad desde un ámbito normativo o porque el enfoque empírico observa solo el mundo externo. Es decir, la sociología ha oscurecido su propio campo, ya que no ha respondido a aquello que define su propia identidad. Por ende, este autor plantea que lo que resuelve esta paradoja, entre el caso y lo que se encuentra detrás, es la pregunta por quién realiza esta distinción: el observador. Este último, como red de observar observaciones, o comunicación, se volvería el problema central de la sociología. De esta manera se reemplaza la teoría del sujeto/objeto para describir a la sociedad por una teoría que comprende a la sociedad como un sistema que se describe a sí mismo, ya no desde afuera, sino desde adentro, mediante las comunicaciones. Asimismo, se utiliza al constructivismo radical como método epistemológico, ya que entiende que cada observador tiene un punto ciego, dado que éste no puede observar y observarse observando al mismo tiempo. Por lo que el caso vendría a ser aquello que es observado o comunicado por un observador, mientras que la estructura latente es lo que la observación de primer orden falla en observar o comunicar y que la sociología logra detectar mediante la observación de segundo orden. Pero, para enfatizar, esto que la sociología detecta es siempre comunicado y, en consecuencia, parte de la sociedad que se constituye por comunicaciones.

recursividad de lo social en el marco de una comunicación que se produce entre límites sistémicos, por lo que la información no es transferida entre las consciencias de los sujetos ni representa estados físicos del entorno. Entonces, Luhmann propone la distinción entre *medio* y *forma* para resolver el problema de la improbabilidad de la comunicación en la sociedad. Dicha distinción surge de la explicación de Fritz Heider (2005) sobre la percepción de objetos en contacto no inmediato con el cuerpo, como la visual o acústica. Según este último autor, dicha percepción es posible gracias a la presencia de un *medio*, como la luz o el aire, que no se percibe en cuanto tal, sino que transporta sin alterar las características del objeto en cuestión o *forma*. Dicho de otro modo, los objetos perceptivos se imponen mediante su mayor rigidez en las relaciones de flexibilidad del medio, el cual siempre está dispuesto a acoger formas externas. El medio se caracteriza así por una conexión débil entre elementos (acoplamiento flojo), mientras que las formas dan densidad a las conexiones (acoplamiento firme) entre los elementos del medio (Corsi et al, 1996: 84 y ss.).

De esta manera, Luhmann (2006) destituye el concepto de transferencia de información como eje para superar la improbabilidad de la comunicación y coloca como solución, en cambio, al procesamiento de la distinción medio/forma (o *autopoiesis*), como estado interno al sistema (psíquico o social). Es decir, para ser consecuente con los postulados epistemológicos de la TGSS, formula un concepto que, al igual que con la información, no represente estados físicos del entorno sino solo selección de formas en el ámbito de un medio socialmente construido. Esta distinción medio/forma se encuentra también como base operacional de los sistemas de comunicación. El lenguaje es un medio, debido a que, por ejemplo, contiene palabras que, acopladas de manera floja, pueden ser recogidas en oraciones por un sistema social. En esa línea, cada comunicación emerge como *forma* que actualiza a un sistema social en el tiempo y, a la vez, actúa como *medio*, o condición de posibilidad, desde el cual puede enlazarse una siguiente *forma* o comunicación, en un proceso de selección continua que permite así la *autopoiesis* de la sociedad. Una vez dado esto por sentado, la teoría social de Luhmann renuncia a la idea de entender a la *communicatio* como la comunidad de la vivencia y, más bien, busca explicar con el concepto de medio cómo la sociedad se reproduce en un contexto de improbabilidad⁸.

⁸ Según la TGSS, la comunicación no debe ser entendida nunca como transferencia de información desde un emisor hacia un receptor. Más bien, la comunicación “emerge desde la selectividad coordinada entre la producción de información, los actos expresivos o notificaciones, y la producción de comprensión o incomprensión de expresiones e informaciones” (Arnold, 2008: 55). De este modo, la teoría sistémica de la comunicación reemplaza transmisión por selección, dado que un mensaje es seleccionado dentro de un conjunto de posibles mensajes y cada unidad participante es un sistema operativamente clausurado, que ocupa sus propias

Luego, para este autor, a causa de la evolución se desarrollarían diferentes medios/formas según sea el problema específico que haya de resolverse para permitir la *autopoiesis* de la sociedad. Uno de ellos serían los *medios de difusión*, los cuales se ocupan del alcance de la redundancia social, ya que determinan y amplían el círculo de receptores de una comunicación y posibilitan que la información redundante produzca pertenencia social. Entre ellos estarían el lenguaje, la escritura, la imprenta y los medios electrónicos. Ahora bien, si con el lenguaje es posible establecer la redundancia social a través de interacciones entre presentes y, por ende, verificar si la información se acepta o rechaza, al masificarse los medios de difusión se vuelve cada vez más difícil comprobar si la comunicación ocurre de manera efectiva y genera orden en la sociedad. Entonces, el devenir social hace que, en la sociedad moderna, emerjan medios de consecución que eleven las expectativas de aceptación aun en el caso de tratarse de comunicaciones con alta probabilidad de rechazo: los *medios de comunicación simbólicamente generalizados*⁹, los cuales posibilitan la recursividad de los distintos sistemas funcionales (como la política, el derecho, la economía, el arte, la ciencia, el amor, entre otros).

Para Baecker (2016a) resulta fundamental la reestructuración que Luhmann hace a la sociología de los medios, con tal de poder unificar los conceptos de medios de difusión y medios de comunicación simbólicamente generalizados. Asimismo, releva el carácter que le da al concepto de *medio*, a partir de Heider, como condición de posibilidad para *formas* de todo tipo y, al mismo tiempo, como producto circular de las posibilidades que se le brindan, ya que este no viene dado por naturaleza, sino que es el resultado evolutivo de su uso y desuso. Es decir, la distinción medio/forma permite explicar cómo los acontecimientos producen estructuras y las estructuras dirigen acontecimientos en el tiempo. Por ende, una teoría de los medios permite hacerse cargo de la unidad de la diferencia de medios que son intangibles por su multiplicidad, pero pueden ser a la vez comprendidos como productos y condiciones previas para la circulación de formas. Esto último se ancla con los aportes de

distinciones para identificar el mensaje dentro de otros posibles (Baecker, 2017).

⁹ El funcionamiento de los medios de comunicación simbólicamente generalizados consiste en establecer un nexo entre condicionamiento y motivación, “de tal suerte que uno se deshace de un bien o presta un servicio cuando (y solo cuando) se le paga por ello” (Luhmann, 2006: 156), como ocurre en el medio del dinero. O, en el caso del medio del poder, “se obedecen las órdenes estatales porque se amenaza con el empleo de la fuerza pública, y porque se sabe que dicha amenaza está legitimada conforme a derecho en la sociedad” (Ibíd.). En estos casos, como también con el arte, la verdad y el amor, entre otros, existen estructuras que se encargan de motivar determinadas selecciones entre un ego y un alter en contextos comunicativos específicos, tanto en el plano de sus vivencias como de sus acciones, y permiten así reducir la *doble contingencia*.

McLuhan, Castells y Bunz, ya que todos ellos comprenden que los medios de comunicación no son meros soportes, sino que posibilitan y limitan el sentido, aunque no únicamente a partir de elementos tecnológicamente dados, sino que socialmente construidos, redefinidos y apropiados al interactuar con las estructuras sociales.

Solo así se logra formular un programa de estudio de las distintas épocas mediáticas de la sociedad que entienda los fenómenos sociales como formas de sentido que ocurren en un medio específico de comunicación que, por su parte, permanece en contacto con todos los demás medios, lo que aumenta y reduce la probabilidad de comunicación al interior de la sociedad. Entonces, la sociedad se convierte en una variable interviniente en la investigación de cada fenómeno social, cuya referencia ya no son instituciones, normas o estructuras sociales, sino operaciones de conexión, coevolución, confusión, intercambio y orden en constante dinamismo.

En resumen, Luhmann sostiene que aquello que permite la reproducción de la sociedad son comunicaciones producidas recursivamente a través de otras comunicaciones, donde una comunicación es el *medio* de la próxima. Esto implica comprender que la sociedad desarrolla estructuras latentes para reducir la agencia y asegurar su propia *autopoiesis*, y que la sociología tiene como tarea observar estas latencias y volverlas contingentes. El modo en que se probabiliza la recursividad en un contexto improbable es a partir de los medios de comunicación, conformados por elementos acoplados flojamente, sobre los cuales los sistemas sociales producen selecciones que constituyen formas de sentido que se acoplan firmemente. Estos medios no son estáticos, sino que son construidos socialmente en un proceso circular de determinación de condiciones de posibilidad de formas y nuevas posibilidades que son brindadas como resultado de la evolución, ya que no es posible producir estructuras que garanticen por siempre el éxito de la comunicación, toda vez que el proceso comunicativo siempre es contingente.

4.2. La TGSS y los efectos de la computadora en la comunicación social.

Una vez reconocido el carácter contingente de la comunicación, resulta de especial interés preguntarse por las estructuras que restringen dicha contingencia en la sociedad contemporánea. Por ende, a continuación, se mencionará el análisis concreto que realiza Luhmann a los efectos de la introducción de los medios electrónicos en la comunicación, con el afán de indagar en las posibles estructuras que emergen en el proceso evolutivo para hacer

probable la *autopoiesis* social.

Al respecto, es sabido que el sociólogo alemán falleció en 1998, antes del auge de la digitalización del siglo XXI, por lo que no tuvo la oportunidad de analizar en plenitud las TIC de última generación en interacción con nuestras estructuras sociales. Pero, sí alcanzó a abordar en su libro más emblemático, *La sociedad de la sociedad*, los efectos de estos medios de difusión (especialmente la televisión, el cine y la computadora). Por lo tanto, y debido a la vinculación con el objetivo de este estudio, en esta sección se dará cuenta de sus reflexiones en particular respecto de la irrupción de la computadora en la comunicación social.

Luhmann (2006) sostiene que la utilización de la electricidad lleva a un incremento múltiple de posibilidades de comunicación, ya que, al apoyarse en la red técnica de flujo de energía, se suprimen las barreras de la comunicación que se basa solo en el organismo humano. Y, si bien aún no es posible estimar todas las consecuencias de aquello, una primera característica de la telecomunicación es que las limitaciones espaciales (y por lo tanto también temporales) todavía existentes tiendan a cero. Ahora bien, esto no implica que se ponga en duda la comunicación oral o escrita, sino que solo se abren oportunidades adicionales de aplicación (con las respectivas limitaciones condicionadas por la técnica). Sin embargo, para este autor, lo que traería mayores derivaciones estaría en la invención y desarrollo de máquinas electrónicas de procesamiento de información. En esa línea, prefiere no poner el foco en la capacidad de estas computadoras de emular la consciencia del ser humano o de si su trabajo puede ser considerado como comunicación. Más bien, plantea la pregunta: ¿cuál es el efecto que se produce en la comunicación de la sociedad cuando se ve influida por el saber mediado por las computadoras?

A simple vista, es posible observar redes de interconexión que operan mundialmente para coleccionar, evaluar y hacer nuevamente disponibles datos sin limitación espacial. Sin embargo, la computadora cambiaría, ante todo, “la relación entre superficie (accesible) y profundidad –comparada con el modo en que dicha relación se definía en la tradición sobre la religión y el arte” (Luhmann, 2006: 236). Es decir, por ejemplo, en la sociedad antigua la superficie era un ornamento o símbolo, cuya profundidad se expresaba en el significado del secreto religioso. De manera similar, en la comunicación contemporánea, la superficie vendría a ser la pantalla de la computadora, mientras que la profundidad sería la *máquina invisible* que, mediante operaciones ocultas para el usuario, ordena hacer algo visible en la

pantalla. En consecuencia, para el sociólogo alemán, se puede conjeturar que esta estructura de superficie/profundidad, como pantalla/máquina invisible, “influirá de manera importante tanto en las posibilidades como en las limitaciones de la comunicación” (Luhmann, 2006: 236). La razón de esta afirmación es la siguiente.

La comunicación en el medio de la computadora se diferencia de la comunicación oral por el hecho de que, en la primera, debido a la distancia entre la introducción de un dato y la posterior lectura de este, se vuelve difusa la figura del emisor por parte del receptor. “Quien ingresa algún dato no sabe (y si lo supiera no tendría necesidad de la computadora) lo que será extraído por el otro lado. En el entretanto los datos se ‘procesan’. El receptor ni siquiera debe saber si se le tiene que dar a conocer algo ni qué será” (Luhmann, 2006: 239). De esta manera, la técnica prescinde de la autoridad de la fuente, con todos sus aseguramientos socioestructurales, y la sustituye por lo *irreconocible* de la fuente, que impide reconocer el propósito de una determinada comunicación y a partir de ahí sacar conclusiones para su posible aceptación o rechazo. Todo esto permite afirmar la idea de que la computadora se torna un nuevo medio que posibilita, aunque también limita, las formas de sentido:

“En nuestra concepción esto significa que está por nacer un nuevo médium [o medio] cuyas formas ahora dependen de programas de computadora. Si bien estos programas no son los que deciden cómo el medio condensa a la comunicación misma en formas —porque para eso se necesitan los sucesos de ingreso de datos y solicitud de información—, sin embargo, los programas son formas —como antes lo fueron las reglas gramaticales del lenguaje— que delimitan las posibilidades del acoplamiento firme y así lo pueden ampliar hasta lo imprevisible” (Luhmann, 2006: 240).

Sumado a ello, Luhmann (2006) advierte que, en el proceso evolutivo de los medios de difusión (desde la oralidad, pasando por la escritura y la imprenta y, ahora, los medios electrónicos), una de las tendencias es el tránsito desde un orden jerárquico hacia uno heterárquico. Así, por ejemplo, fue el caso de la imprenta, que produjo una multiplicidad de obras impresas en diversos territorios y obligó a las jerarquías de la política y del derecho a aceptar una sociedad que comunica heterárquicamente, en el medio de la opinión pública. Ahora bien, para este autor, la tecnología computacional iría un paso más allá, ya que se abalanzaría contra la autoridad de los expertos. “En un futuro no tan lejano cualquiera tendrá en principio la posibilidad de ratificar en su propia computadora las afirmaciones de médicos o juristas peritos” (Luhmann, 2006: 242).

Esto también genera consecuencias a nivel de la confianza necesaria para el proceso comunicativo, dado que el conocimiento ingresado en la computadora no es fácilmente comprobable y convertible en autoridad. Por ende, la confianza, que sigue siendo necesaria para la reproducción de la comunicación, ya no puede traducirse en posición social, sino que se expresa de manera sistémica. Este orden heterárquico puede generar que la sociedad deposite su confiabilidad enteramente en el medio, o bien, que deba girar en su funcionamiento hacia una mayor necesidad de observar atentamente quién es el que está comunicando una determinada información (observación de segundo orden), mientras las formas firmes de confianza se disuelven:

“Cuando tan solo se observa observadores esto constituye ya una reducción muy drástica, aunque al mismo tiempo es reducción que abre la posibilidad de atribuir lo observado al observador y a su distinción o a lo que se está observando. Lo que se difunde ¿es cierto? O ¿se ha seleccionado (estilizado, falsificado, inventado) con un afán particular de difundir y convencer? Y, también en este caso, lo único que ayuda es observar las observaciones, incluso las propias” (Luhmann, 2006: 243).

En resumen, el análisis de Luhmann respecto de los efectos de la introducción de la computadora en la comunicación de la sociedad permite concluir, primero, que emergería un nuevo medio, caracterizado por la participación de una máquina invisible. Ésta es perfectamente homologable a los algoritmos de las redes sociales digitales, debido a que realizan operaciones sin transparencia para el usuario. Luego, los datos presentes en este medio se distinguen, en muchos casos, por lo irreconocible de la fuente. Todo esto representaría una amenaza contra la autoridad de los expertos, ya que éstos perderían paulatinamente la confiabilidad de la posición social. En cambio, a los usuarios solo les queda depositar su confianza en el medio o, en último caso, ensayar nuevos valores de desconfianza a partir de la observación de segundo orden, es decir, analizar de manera suspicaz de dónde proviene la información cada vez que se consume.

Respecto de lo dicho anteriormente, Baecker (2006) indica que este nuevo medio produce una alteración en la capacidad de trabajo de los sistemas sociales funcionales, toda vez que esta se basa en la asimetría entre expertos e inexpertos. Asimismo, lleva al proceso comunicativo a un caso crítico, ya que en la historia de la humanidad toda información podía ser probada no solo por sí misma, sino también contra la circunstancia de su comunicación

(acto de notificación del emisor), por lo que existía la libertad para aceptarla o rechazarla. Y es precisamente ese grado de libertad el que buscaban regular las instituciones y otros sistemas sociales. Pero, con la máquina invisible, se abre la opción de que la comunicación se vuelva más compleja en cuanto a su teorización, ya que se desconoce cuáles serán los elementos que incidirán en el futuro en su aceptación o rechazo, debido a lo irreconocible de la fuente.

En definitiva, para este autor, con la participación de la computadora se generaría una comunicación interactiva en dos caminos en el marco de una *doble contingencia*, ya que tanto la consciencia del individuo como la máquina (que hace millones de correlaciones basadas en cantidades de memoria y velocidad sin precedentes) son opacas en el proceso comunicativo. Es decir, la tecnología hace computaciones respecto de lo que hace el usuario y cómo responde a lo que se presenta en la pantalla, como en el caso de los algoritmos de los motores de búsqueda, los cuales ordenan los resultados a partir de un ranking y los torna más atractivos que un ruido aleatorio. Y todo esto ocurre de manera invisible para dicho usuario (Baecker, 2007a).

Sin embargo, Baecker desarrolla de manera más extensa en su obra otro ámbito de la teoría de Luhmann, que es esencial para generar la integración de los diversos enfoques sobre los efectos de la introducción de los medios de comunicación en la sociedad. Esto permitirá pensar estos efectos en sus dimensiones factual, social y temporal¹⁰ y, además, vincularlos a una teoría general de la sociedad.

4.3 Hacia una teoría social integrada de los medios de comunicación.

Al inicio de este capítulo, se señaló que Dirk Baecker realiza un esfuerzo por integrar distintas perspectivas para formular una teoría de los efectos de los medios de comunicación en la sociedad. Esto se resume en que Baecker (2011, 2016a, 2016b, 2018) se apoya en autores como Marshall McLuhan, Manuel Castells y Niklas Luhmann para sostener que la entrada de la computadora, basada en la invención de la electricidad, está cambiando la sociedad tanto como ocurrió con otros medios de difusión (el lenguaje, la escritura y la imprenta) y esto nos llevaría a una nueva etapa sociohistórica. En esta investigación se

¹⁰ Las dimensiones factual, social y temporal del sentido, según la TGSS, serán descritas con mayor detalle en la Fundamentación metodológica.

decidió incluir a Mercedes Bunz en ese grupo, principalmente porque aborda también los efectos de la introducción de los medios electrónicos en la sociedad, y en específico de los algoritmos. A su vez, junto a Baecker son académicos contemporáneos e, incluso, han coincidido como autores en publicaciones (Geiselberger, 2011).

Asimismo, se indicó que la TGSS permite explicitar las intuiciones presentes en dichos autores, en particular respecto de la relación entre medios de difusión, cultura y cambios sociohistóricos, y abordarlas desde un marco más complejo, tanto para lo general como para lo particular del fenómeno, que no cae en los obstáculos epistemológicos previamente desarrollados. En consecuencia, en esta sección se detallará cuál es ese marco teórico que permite interpretar las transformaciones que ocurren en la sociedad a raíz de la irrupción de un nuevo *medio de difusión*, tanto desde la perspectiva de Luhmann como de la contribución posterior hecha por Baecker.

Además del análisis en particular a los posibles efectos sociales de la introducción de la computadora, Niklas Luhmann (2006) realiza una contribución fundamental para comprender cómo la sociedad asimila la entrada de un medio de comunicación específico tanto a nivel de su diferenciación como de su propia descripción. Este autor afirma que la concurrencia conjunta de los efectos de todos los medios de comunicación condensa aquello que se llama *cultura*. Ahora bien, esta condensación significa que el sentido que es utilizado sigue siendo el mismo al reemplazarse en diferentes situaciones, pero, por otra parte, se confirma y con ello se enriquece con significados ya no expresables en fórmulas. “De aquí surge la idea de que el propio excedente de remisiones del sentido es resultado de la condensación y la confirmación del sentido; de esta manera, entonces, la comunicación es aquella operación que se procura a sí misma su propio medio” (320 y ss.).

Es decir, Luhmann se vuelve escéptico de la posibilidad de una teoría de la cultura, toda vez que se produce un excedente de remisiones que se actualiza en todo sentido, y para concretar condensaciones se admite solo un procesamiento selectivo, donde tener que decir algo implica no decir lo otro. Por ende, para analizar estructuralmente las formas culturales, se debe realizar siempre un control comparativo entre datos introducidos y memoria. Sin embargo, para este autor, con la introducción de la escritura se presenta un incremento de las posibilidades de comparación y de control, el cual continúa tanto con la imprenta como hoy, con el actual procesamiento de información por medio de las computadoras.

De modo tal que la semántica, o forma generalizada en que la sociedad se describe a sí misma, que es utilizada para reaccionar al incremento de posibilidades de comparación de la escritura es la teleología de Aristóteles, ya que permite ordenar sentidos que se vuelven complejos al quedar expuestos al tiempo. “Los movimientos naturales tienen un fin natural a modo de estado de perfección, y una vez conseguido, descansan. Entonces se vuelve posible comparar informaciones desde la perspectiva de lo que significan para la consecución de ese fin o su fracaso. Por eso se debe pensar la perfección como corruptible y, la naturaleza, de manera normativa” (Luhmann, 2006: 321).

Sin embargo, la introducción de la imprenta sabotearía la teleología, ya que se abandona la orientación de la naturaleza hacia un fin temporal y se reemplaza por leyes y principios de equilibrio. A su vez, el *telos* se subjetiviza, por lo que ya no se trata de que el ser humano llegue a un fin naturalmente bueno, toda vez que la mente se anticipa y orienta el actuar del individuo. Así, se renunciaría a la idea de una racionalidad del mundo, para pasar a la semántica primordial de la *inquietud autorreferencial* de Descartes:

“En la forma de una inmensa memoria se deja constancia de lo que se había esperado y entonces en las nuevas informaciones se debe verificar que no ha sucedido así. En tal caso el sistema debe activar nuevos medios o bien corregir sus memorias para poner en el estado más reciente lo que es posible esperar. La confrontación entre ser y deber-ser, que éste mismo se había planteado, se vuelve un problema incesante y las continuas necesidades de corrección arruinan gradualmente los vínculos que habían quedado presupuestos” (Luhmann, 2006: 322).

Por último, Luhmann prefiere dejar abiertos los cambios que podrán ocurrir con la computadora, a pesar de que asevera que esta amplía aún más las posibilidades en el sentido de comparar información con memoria. Tampoco aclara qué podría condensarse, de estas posibilidades, como cultura. A pesar de ello, sí infiere que con el procesamiento electrónico de informaciones habrá una mejor y más rápida organización de la complejidad, donde “el aumento de velocidad de las operaciones de control será el momento al que deberá reaccionar la cultura, y lo podrá hacer renunciando a una valoración positiva de la estabilidad temporal” (Ibíd.).

Dirk Baecker recoge lo planteado por Luhmann para construir su teoría propia, en particular respecto de que “la sociedad tan solo sobrevivió a la introducción de la escritura, la imprenta

del libro y del computador porque logró encontrar así llamadas formas culturales del trato selectivo con el sentido excedente producido por los nuevos medios” (2018: 15). Sobre la base de aquello, propone que, así como a cada medio de comunicación le correspondió una forma cultural y estructural específica de la sociedad en su evolución, con la introducción de la computadora debiese advenir la *próxima sociedad*. Esto se sustenta en la hipótesis de que “cada nuevo medio de difusión confronta a la sociedad con posibilidades nuevas y excedentes de comunicación, para cuyo manejo selectivo la estructura y cultura de la sociedad actual son insuficientes” (2018: 11) y, por consiguiente, debe ocurrir una permutación de dicha estructura y cultura. De lo contrario, la sociedad debería poner todos sus esfuerzos en rechazar la introducción de dicho *medio de difusión*.

Por ende, los *medios de difusión* juegan un rol paradigmático para este sociólogo alemán, y esto se sigue de las reflexiones de la teoría de medios de Marshall McLuhan, “que van a parar a otorgarle a la forma del medio una significación mayor de lo que antes era el caso” (Baecker, 2018: 171). Sin embargo, intercambia la idea de medios de comunicación como extensiones del cuerpo humano por el supuesto de que la introducción de cada uno de estos gatilla una *catástrofe* en la sociedad, en el sentido matemático de la *morfogénesis*, es decir, entendida como una discontinuidad en la estabilidad estructural preexistente (Thom, 1987), ya que las posibilidades comunicativas que se generan sobreexigen a las estructuras de la sociedad¹¹.

Dicho esto, para Baecker (2016a, 2016b) es posible identificar en la historia de la humanidad cuatro ejemplos de catástrofes mediáticas, donde el *excedente de sentido*, que se entiende como nuevas posibilidades de comunicación respecto de las percibidas hasta la fecha, es producido por la introducción de un medio de difusión en particular. Esto, a su vez, amenaza el orden preexistente y provoca la permutación de la estructura y cultura de la sociedad. Lo anterior se explica porque estructuralmente la sociedad debe poder garantizar la distribución de la comunicación a partir de la disponibilidad de posibilidades mayores a las que se reproducen en una situación particular. Y, culturalmente, debe poder relacionar el sentido particular de una situación con el de otra situación, con tal de generar una unidad en la diferencia o, dicho en otras palabras, una condensación.

¹¹ Esto no implica, para Baecker, que el cuerpo no juegue rol alguno como punto de referencia de la plausibilidad del trato con posibilidades comunicativas, sea en la comunicación oral, escrita, o mediada por el computador. El cuerpo toma parte en el juego comunicativo, pero lo hace poniendo a disposición su potencial evolutivo a la coevolución de comunicación y consciencia. En consecuencia, este autor prefiere desarrollar una teoría sociológica de medios y no una antropología, es decir, partir de la sociedad en vez del ser humano.

En primer lugar, como supone la literatura antropológica, la introducción del lenguaje habría generado un excedente de referencias que permiten la negación de la comunicación con independencia de un referente externo, a diferencia de las posibilidades que entregaba la gestualidad y el mimetismo. De modo que la forma de diferenciación estructural de la *sociedad tribal o segmentaria* se comprende en términos de un mecanismo para controlar un desbordamiento de referencias lingüísticas. Asimismo, la forma cultural dominante habría sido probablemente la *frontera*, ya que permite asignar la comunicación entre hombres, mujeres, niños, chamanes, fantasmas y animales a diferentes lugares, tanto para controlar sus efectos referenciales como para poder explotarlos.

Luego, la entrada de la escritura produciría un excedente de símbolos que enfatizan las referencias pasadas y futuras en un presente dado, por lo que supera las antiguas técnicas de control bajo la interacción cara a cara. En ese sentido, como afirma el propio Luhmann, la forma cultural del *telos* de Aristóteles permite examinar cada oferta comunicativa desde el punto de vista de si está coordinada o no con intenciones y órdenes previas. Es decir, se pueden contrastar series infinitas de causas, vinculadas a distintos horizontes de tiempo, con límites definidos por las ideas del bien, la racionalidad y el conocimiento ontológico de las cosas. Esto ocurre en el marco de una diferenciación de la *sociedad estamental* de la Antigüedad, que asigna a cada *psique*, cada *oikos* y cada *polis* un lugar apropiado, aunque corruptible y, por ello, en constante proceso de perfeccionamiento y, sobre la base de ello, determinar la falsedad o veracidad de una comunicación.

En tercer lugar, el ingreso de la imprenta del libro traería como consecuencia un excedente de criticismo, ya que se conforma una audiencia de lectores que formulan opiniones sobre lo que los rodea y, con ello, se contraviene toda jerarquía establecida por la cosmología cerrada de la sociedad estamental. Ahora bien, para Baecker (2016b), las semánticas que aparecen como posibles respuestas para distinguir entre enunciados correctos e incorrectos, como la Ilustración, la razón y la educación, no logran condensar culturalmente el excedente de sentido ocasionado por este medio de difusión. Esto debido a que la forma estructural que adoptaría la sociedad moderna es aquella que Luhmann define como *sociedad funcionalmente diferenciada*, por lo que los *sistemas sociales autopoieticos* que emergen (política, economía, derecho, religión, arte y ciencia), así como los sistemas organizacionales, no pueden ser controlados a partir de una cierta racionalidad oral o escrita, sino que siguen sus propias reglas de la crítica. Entonces, la forma cultural de Descartes de

la *inquietud autorreferencial* toma fuerza, dado que la individualización ya no se une socialmente a través del nacimiento, la familia o la clase, sino a partir de medios de comunicación como el poder, el dinero, la fe, la belleza y la verdad, lo que produce y acepta un mayor número de posibilidades comunicativas.

Finalmente, Dirk Baecker se apoya en autores como Marshall McLuhan, Manuel Castells y Niklas Luhmann para sostener que la entrada de la computadora, basada en la invención de la electricidad, está cambiando la sociedad tanto como ocurrió con los medios de difusión anteriores y, de esta manera, estaríamos ingresando en la próxima sociedad. El concepto de la *próxima sociedad* (next society) proviene de la obra de Peter Drucker (2003), ya que para este autor la sociedad venidera se distinguirá de la moderna en todas sus formas de procesamiento de sentido, instituciones, teorías, ideologías y problemas. No obstante, Baecker realiza una interpretación propia de este término y, en coincidencia con Luhmann, sostiene que la forma de reacción de la cultura de la próxima sociedad consiste en avanzar hacia la renuncia del equilibrio de la dimensión temporal del sentido:

“La próxima sociedad, si es que ella se impone, en todas sus estructuras estará enfocada en la capacidad de encontrar en cada caso un paso siguiente y a partir de ahí arriesgar una mirada fugaz sobre las relaciones que ahí se encuentran. Ella ya no confiará en el orden social de estatus y jerarquía, ni tampoco en el orden objetivo de estados y de sus funciones, sino que será un orden temporal, caracterizado por el carácter acontecimental de todos los procesos y que define cada acontecimiento particular como el paso siguiente en un terreno por principio inseguro” (Baecker, 2018: 13).

Ahora bien, en el prólogo a la edición en español de *Estudios acerca de la próxima sociedad*, escrito en 2018 [el libro fue publicado en alemán en 2007], Baecker puntualiza que la cuarta catástrofe mediática habría ocurrido durante la primera mitad del siglo XX, ya que habría involucrado a todos los medios electrónicos (partiendo por el telégrafo, el teléfono, la radio, el cine y la televisión). Luego, en la segunda mitad, se produjo una estabilización del escenario global, que admitió la descripción científico-cultural de la próxima sociedad. Esto debido a que la electricidad permitió la posibilidad de conexiones instantáneas a nivel global a velocidad de la luz, tal como lo señaló Marshall McLuhan con su expresión de *aldea global*. “Si esto es así, entonces las computadoras, la internet, la inteligencia artificial y la internet de las cosas, en cierto modo, no son algo radicalmente nuevo, sino tan solo nuevas formas de la explotación, también de la domesticación de las posibilidades de la electricidad y la

conducción, conmutación e interconexión” (Baecker, 2018: 7).

Por consiguiente, para Baecker el estudio de las catástrofes mediáticas puede contribuir a una *arqueología mediática de la sociedad*, ya que los distintos medios de difusión (lenguaje, escritura, imprenta y medios electrónicos) no se siguen unos a otros, sino que se superponen. Por lo tanto, las formas culturales antiguas siguen siendo requeridas para lidiar con los efectos de los nuevos medios, y viceversa. En lo concreto, puede ocurrir que se recurra al fundamentalismo del telos con redes temporales del computador, o bien, un orden objetivo posmoderno sobrepasa a aquellas sociedades acostumbradas al lenguaje y la escritura (2018: 16 y ss.). Por ende, para el sociólogo, el proyecto de *arqueología de los medios* consiste en comprender a los fenómenos sociales como formas de sentido que ocurren en un medio específico de comunicación, en línea con la idea de Luhmann de que la concurrencia conjunta de los efectos de todos los medios de comunicación condensa lo que se conoce como cultura (Baecker, 2016a). Entonces, la arqueología sería entendida en la conceptualización de Michel Foucault (2002), ya que designaría un proceso que no reconstruye ontológicamente los fenómenos individuales a partir de sus orígenes (*arche*), sino que ontogenéticamente en el medio de sus propios recursos a los orígenes nuevos continuamente descubiertos.

Para recapitular, Baecker recoge la idea de Luhmann acerca de que la introducción de un medio de difusión genera un excedente de sentido y, por ello, las formas culturales de la sociedad deben poder reaccionar a esas nuevas posibilidades de control comparativo que ofrece dicho medio de difusión. Con ello, propone que el ingreso de los medios electrónicos en la comunicación social estaría provocando una *catástrofe*, tal como ocurrió con la imprenta del libro, en línea con McLuhan, Castells y Bunz y, en consecuencia, la sociedad debe permutar su cultura, y también su estructura, para poder asimilar dicho excedente de sentido y reestabilizarse como una próxima sociedad.

Esta hipótesis interpretativa permite fundar un programa teórico para una sociología y una arqueología de los medios de comunicación. A su vez, sirve a nuestra investigación, ya que provee de un marco explicativo para los efectos de la introducción de los algoritmos de las redes sociales digitales en la comunicación política donde participan los jóvenes. Esta teoría es aplicable tanto en el contexto mundial como en la sociedad chilena, porque empíricamente se ha establecido que este país se ha incorporado al proceso global de digitalización de manera amplia y sostenida. Asimismo, la justificación se apoya en diversos autores de la sociología moderna que comprenden a la sociedad contemporánea como un sistema global,

toda vez que establece sus límites externos al operar en redes planetarias de telecomunicación, más allá de las fronteras nacionales (Luhmann, 1997; Habermas, 1997; Beck, 1998; Giddens, 2000).

4.4. Los algoritmos de las redes sociales digitales como medios de difusión.

Dicho todo lo anterior, es posible así plantear la hipótesis descriptiva de comprender a los algoritmos de las redes sociales digitales como medios que posibilitan y limitan formas de sentido, pero, a la vez producen nuevas posibilidades al interactuar con las estructuras sociales. Esto implica, en consecuencia, que para esta investigación resulta insuficiente la descripción técnica del objeto algoritmo como mecanismo de aproximación empírica, toda vez que no ha podido ser demostrada la transmisión directa de efectos desde la tecnología al usuario. Entonces, resulta fundamental incorporar a la sociedad como variable interviniente para el estudio de los fenómenos sociales mediados por las TIC, en particular respecto de cómo estas moldean las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de los jóvenes. Junto a ello, la base comprensiva de este trabajo es la TGSS, ya que es una teoría que posibilita avanzar en el objetivo de la investigación sin tropezar con los obstáculos epistemológicos de sesgos racionales normativos, categorías ontológicas y sospecha de manipulación que priman en los modelos de la crisis epistémica.

Aprovechando la terminología de Mercedes Bunz, podemos saber que, por ejemplo, la *funcionalidad técnica* del algoritmo de Facebook consiste en clasificar las publicaciones a partir de tres factores: afinidad (affinity), ponderación (weighting) y oportunidad (timeliness). La afinidad concierne a las interacciones previas del usuario con las páginas, mientras que el tipo de interacción (me gusta, comentario o compartir) es ponderada de manera diferente. En tanto, la oportunidad establece que una contribución se vuelve más importante cuando más nueva es. De acuerdo a dichos factores, el usuario verá publicaciones en su página de Facebook distribuidas en orden descendiente según su propio estatus de valores recuperado. Sin embargo, otros elementos entran en juego, ya que el algoritmo se adapta y aprende del usuario constantemente. En concreto, una lista clasificada nunca se muestra por segunda vez en exactamente el mismo orden, además, las publicaciones de personas tienen mayor ponderación que las organizaciones y la proximidad espacial entre el emisor y el receptor de estas publicaciones también se vuelve relevante (Zimmer et al, 2019: 45).

Sin embargo, contar con una descripción técnica de los algoritmos no resuelve la pregunta por la explicación de los efectos sociales de la introducción de un determinado medio de comunicación y su interacción con la estructura y cultura de los sistemas psíquicos y sociales o, como señala Bunz, como *técnica cultural, técnica social y gesto técnico*. Más aún, cuando el propósito de esta investigación es describir las dinámicas de consumo de información de los jóvenes en el medio de los algoritmos de las redes sociales digitales y la misma evidencia ha demostrado que el efecto de la burbuja algorítmica (*filter bubble*) ha resultado ser menor. Junto a ello, tener una hipótesis interpretativa de los efectos de las tecnologías desde la normatividad solo oscurece el modo en que la sociedad ha venido lidiando con estas desde hace ya un tiempo.

Para Baecker (2016b), la teoría sociológica debe, en cambio, someter los fenómenos a un análisis funcional y evaluar los conceptos de acuerdo a su desempeño en el contexto de dicho análisis. Esto debido a que se asume que los problemas tecnológicos, de alguna manera, han sido resueltos por el objeto sociedad, a pesar de que los problemas y soluciones aún no han sido descubiertos a través de la observación, descripción y explicación de la sociología. Es decir, la sociedad ha encontrado la manera de calcular las condiciones para regular la continuación de su comunicación (su propia *autopoiesis*) de manera operacional y funcional, y no sustancialmente mediante normas trascendentales. Y si cada sociedad tiene su propia teoría, o autodescripción, no depende de esta para reproducirse. Por ello, una teoría sociológica de los medios debe ser capaz de observar y describir cómo este cálculo logra dar con las posibilidades que permitan la continuación de la comunicación en el marco de sus medios de consecución y cómo la introducción de nuevos medios de difusión los fuerza a cambiar.

En ese sentido, la interfaz entre el humano y la máquina se vuelve un tema de investigación principal para esta teoría, ya que es una característica particular de la comunicación a través de los medios electrónicos (telégrafo, teléfono, radio, televisión, computadora, Internet). Solo así es posible abordar la digitalización como un fenómeno social donde el concepto de tecnología es poco estable, porque emergen herramientas que procesan información y, en ello, se distancian de otras formas análogas o digitales. Esto lleva también a replantearse el concepto humanista de la comunicación, donde supuestamente puede participar solo el ser humano, y a sugerir una nueva concepción que, desde el análisis funcional, dé cuenta de cómo la sociedad ha incorporado operativamente a las máquinas en este proceso.

Según Baecker (2011), uno de los aspectos más distintivos de la *próxima sociedad* será abandonar la idea de que solo los hombres y las mujeres califican para la comunicación y extender esa actividad a las máquinas¹². Esto suena polémico, pero ya en edades anteriores de la humanidad participaron de la comunicación los fantasmas, los demonios, los espíritus, los dioses, las plantas y los animales, por lo que la exclusividad del individuo es solo algo propio de la modernidad.

En esa línea, se puede suscribir la hipótesis de Baecker (2016b) de que la digitalización es un proceso social y cultural (que debe distinguirse, por tanto, de lo técnico) de rápido aumento de la participación de máquinas “inteligentes” en la comunicación, donde esta última no debe ser entendida como transmisión de señal, sino más bien como la red selectiva de actores subjetivamente complejos. Es decir, esta participación de máquinas inteligentes sería la verdadera *catástrofe* que desencadena el paso desde la sociedad moderna a la próxima sociedad, ya que estas unidades realizan operaciones en la interfaz humano/máquina que hacen difícil, sino imposible, establecer relaciones claras o incluso causales entre la información que ingresa y la que sale. Por lo tanto, se tornan *máquinas invisibles*, debido a que sus códigos, almacenes de datos y algoritmos solo pueden ser asumidos y ni siquiera el conocimiento de los ingenieros resulta suficiente para realizar un seguimiento del desarrollo *autopoiético* de la tecnología.

¹² Baecker define tres cualidades básicas para la participación en el proceso comunicativo: selectividad, recursividad y clausura. La selectividad significa que la información es una relación entre un mensaje seleccionado (forma) dentro de un conjunto de mensajes posibles (medio), pero que este último no estaría dado técnicamente (como el alfabeto), sino que es construido socialmente (depende del contexto situacional). La recursividad, en tanto, implica que cualquier mensaje solo se considera como tal si existen mensajes precedentes y subsecuentes, como también que existan múltiples unidades encargadas de que la comunicación continúe. Por último, la clausura dice relación con que solo la comunicación califica para reproducir la comunicación, por lo que la consciencia, intención, propósito y acción del sujeto caen en el entorno del sistema sociedad. Es decir, los sistemas sociales solo se reproducen a sí mismos a partir de comunicaciones que se enlazan entre sí. Si bien es cierto que muchas máquinas, e incluso los algoritmos de las redes sociales digitales, cumplen con estas cualidades, ya que pueden determinar una información dentro de un conjunto de otras posibilidades, generar por tanto una cierta recursividad con el usuario y, además, no requieren de un cuerpo humano para ser vehículo de la comunicación operativamente clausurada, existen otras características que impiden aun su calificación absoluta. Por ejemplo, no pueden realizar una selección dentro de un área socialmente construida, donde el contexto y la interpretación son sus variables. Las máquinas no pueden lidiar con la ignorancia de no saber totalmente qué mensaje es el correcto en una situación específica. Asimismo, la comunicación está pensada como un proceso donde se involucran unidades complejas independientes, donde existe la posibilidad de la aceptación y el rechazo, por lo que la distinción entre grados de libertad y restricción es fundamental para explorar libremente la situación de implicarse o negarse a reproducir una determinada comunicación. De modo que, si bien es pronto para afirmar que las máquinas poseen las cualidades para comunicarse entre sí, al menos se puede señalar que participan de la comunicación (Baecker, 2011, 2016b).

“La digitalización como un proceso social y cultural significa que las máquinas se involucran en la comunicación y que todos los demás actores (personas, organizaciones, equipos) están preparados para participar. Las máquinas cambian la comunicación a informaciones procesadas, a las cuales ellas contribuyen desde el condicionamiento de sus códigos, memorias y algoritmos, que los otros actores pueden no haber ‘pensado’. Atraen la atención con mensajes cuya intención, autoridad, tiempo y condicionamiento en una red de otros observadores es difícil, si no imposible, de controlar. Y, tan impactante como el aligerante, intervienen en la comprensión de la comunicación, en el sentido de que cualquier acción con un mouse, en un teclado, en una pantalla, un micrófono, un joystick, en una pantalla táctil o en cualquier interfaz solo puede tener éxito si se pueden realizar más acciones. Porque entonces y solo entonces la comunicación se ‘entendió’ a sí misma. Esto es sorprendente porque no tenemos idea de qué procesos permiten o impiden que ciertas acciones continúen. Y es un alivio, porque podemos concentrarnos en entregarnos al flujo y adaptar nuestras acciones a las que la máquina tolera. Lo que sucede, sucede” [traducción propia] (Baecker, 2016b: 19 y ss.).

Por lo tanto, a partir del estudio de la comunicación que ocurre en la interfaz entre el humano y la máquina invisible o, en el ámbito que nos convoca, entre los jóvenes y los algoritmos de las redes sociales digitales, es posible describir cómo los segundos moldean las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de los primeros en el ámbito de la comunicación política. Es allí también donde, eventualmente, se generaría ese excedente de sentido que llevaría a la sociedad a permutar su estructura y cultura. De este modo, no será el objetivo de esta investigación comprender empíricamente a estas tecnologías desde su funcionalidad técnica, para luego traspasar esas características a efectos de transmisión directa al usuario.

Más bien, la hipótesis descriptiva entenderá a los algoritmos de las redes sociales digitales como *medios de difusión* (remitiéndonos a las categorías enunciadas por McLuhan, Castells, Luhmann, Bunz y Baecker) que posibilitan y, a la vez, limitan la construcción de formas de sentido en la comunicación en la interfaz humano/máquina. Estas herramientas, si bien son desarrolladas por programadores con una cierta funcionalidad técnica, como es la clasificación de informaciones para el usuario, luego son apropiadas y redefinidas por estos últimos, lo que hace que emerjan nuevas posibilidades de sentido. Es decir, si bien los algoritmos presentan un listado categorizado de publicaciones a los jóvenes, la comunicación ocurre en límites sistémicos donde los individuos, como sistemas psíquicos, perciben

sensorialmente solo una selección de dicho listado y, como partícipes de sistemas sociales, advierten como información solo aquello que es relevante para estos, como estructuras latentes. O, dicho en otras palabras, el medio tecnológico es construido socialmente en interacción con el usuario, instancia donde se van conformando y reconformando los elementos acoplados flojamente que posibilitan las formas de sentido acopladas firmemente, en un constante proceso circular de retroalimentación, dinamismo y coevolución entre sistemas psíquicos, sociales y máquinas invisibles. Sin embargo, sería posible incluso, a través de la observación de segundo orden, percatarse de ciertos efectos que produce la máquina invisible. Esto no significa que la tecnología se vuelva transparente, sino solo que el sistema psíquico o social puede desarrollar patrones de conducta socialmente más reflexivos para el consumo de noticias.

Si la construcción de sentido de los jóvenes no ocurre como transmisión, sino como selección en un medio socialmente construido, entonces sería posible explicar por qué el efecto de la *burbuja algorítmica (filter bubble)* no es absoluto, ya que va a depender de cómo el medio es apropiado por un determinado grupo social. De esta manera, la Teoría General de Sistemas Sociales logra llenar un déficit central de los modelos de la *crisis epistémica*, ya que no se centra solo en la funcionalidad técnica de los algoritmos de las redes sociales digitales para describir el fenómeno, sino en el proceso circular de comunicación entre la tecnología y los sistemas psíquicos y sociales, donde la sociedad se torna una variable interviniente.

Asumiendo este último punto de vista, Baecker (2019) sostiene que la transformación social fundamental que crece a causa de estas tecnologías en la comunicación es la interrupción del proceso de *individualización*, que inicia en el siglo XIX y se prolonga durante el siglo XX, y se expresa principalmente en lo imprevisible de las relaciones sociales¹³. En cambio, con la

¹³ Para Baecker (2019), este sería uno de los alcances más distintivos de la sociedad moderna, el cual se expresa en todas las relaciones mediadas por los sistemas sociales funcionales. Así, por ejemplo, en el sistema del Amor, uno espera que su pareja lo sorprenda para poder dar continuidad al vínculo social. Lo mismo ocurriría en las relaciones entre el político y el votante (sistema político), el empresario y el cliente (sistema económico), el profesor y el estudiante (sistema educativo), entre otros, donde la capacidad del sistema social de sorprender con una información, para motivar las selecciones de *alter* y *ego* y reducir la *dobles contingencia*, es esencial para asegurar su propia *autopoiesis*.

Para el caso particular de nuestra investigación, resulta útil tomar atención a la idea de Luhmann (2000) respecto de los medios de comunicación masiva, los cuales para este último serían un sistema social funcional moderno que se diferencia a partir de la exclusión de la comunicación entre presentes. Es decir, dado que las tecnologías de comunicación masiva expanden el alcance, pero, a la vez, hacen muy difícil determinar si la comunicación fue comprendida, se produce un excedente de sentido que solo es controlado al interior del sistema mediante autoorganización y la construcción propia de la realidad. O, para expresarlo de manera más precisa, el sistema de los medios de masas se reproduce al seleccionar continuamente entre aquello que califica como información

interacción mediada por los algoritmos de las redes sociales digitales, la sociedad avanzaría hacia la *personalización*, ya que alimentaríamos a estas plataformas con nuestra información personal, diciéndoles quiénes somos y de qué modo deben referirse a nosotros. Esto suspendería la imprevisibilidad de las relaciones, cuestión que es reemplazada por la emergencia de estructuras de *identidad* que nos someten a *controles*¹⁴, tanto a nivel de la interacción entre el usuario y la máquina como, incluso, en las interacciones que establecemos entre usuarios. A ello se le denomina comúnmente *retribalización*, pero, para este autor, sería más bien el efecto del socavamiento del logro liberal de la individualización por parte de la personalización.

Dicho de otro modo, y tomando en consideración lo planteado por Baecker, es posible postular que en la comunicación en la interfaz de los algoritmos de las redes sociales digitales emergerían estructuras comunicativas de *identidad* y *control*, donde las dinámicas de consumo de información mediadas por estas tecnologías se caracterizarían por reducir la imprevisibilidad de las noticias, a través de la producción de mecanismos de *control* que personalizan los modos de consumo de dichas noticias. Pero, a diferencia del efecto de la *burbuja algorítmica* (Pariser, 2011), que se sustenta en la transmisión directa de sentido desde la máquina al usuario, las estructuras de *identidad* y *control* se refuerzan en el proceso circular de interacción entre la tecnología y los sistemas psíquicos y sociales. Así, se logran

y aquello que no califica como tal, procesamiento que siempre es interno al sistema. La diferencia, entonces, entre la comunicación masiva y la personalizada (donde se sitúan los algoritmos) es que, mientras en la primera existen grados de libertad para el observador (tanto para el editor o periodista del medio como para el lector, auditor o televidente) para escoger ciertos temas y dejar afuera determinadas informaciones, en la segunda habría un control más personalizado de aquellas informaciones que son pertinentes de ser comunicadas.

¹⁴ Baecker recoge los conceptos de *identidad* y *control* de la obra del sociólogo Harrison C. White. Para este último, en el marco de la vida social sometida a procesos de relaciones estocásticas, emergen *identidades que buscan el control* de contextos contingentes. Las *identidades* serían el elemento indivisible de su teoría sociológica, y un conjunto de estas (de clase, de género, de etnia, religiosas, políticas, etc.) pueden constituir a la persona. Sin embargo, no se reducen exclusivamente a la personalidad de dicha persona, sino que se incrustan en estructuras de significado más complejas, que son las *redes*. El *control*, en tanto, busca representar expectativas confortables en las relaciones que las identidades establecen entre sí en distintos niveles de redes, a modo de encontrar un equilibrio en el proceso comunicativo (siempre relativo) para la vida cotidiana (White, 2008).

Baecker (2007b) utiliza la distinción entre identidad y control para explicar el modo en que se reproduce una *próxima sociedad* que se estructura primordialmente en redes, ya que estas últimas están constituidas por un número heterogéneo de elementos, como ideologías, instituciones, individuos, tecnologías y sitios, atados unos a otros por la relación entre identidades y el mantenimiento de estas a través del control. De esta manera, es posible resolver la paradoja de la unidad de la diferencia de las redes, donde la identidad está abierta tanto a la autodeterminación como a la autoindeterminación, como el control al intento y al éxito, así como a la ignorancia o al fracaso. O, para el propósito de nuestra investigación, donde los controles que emergen en la interfaz de las redes sociales digitales permiten dar cierta continuidad a los elementos identitarios que componen las redes del usuario.

explicar efectos como la disminución de la exposición a ideas diversas, tanto por el *feed* de publicaciones que entregan los algoritmos, como por las prácticas que puedan realizar los mismos usuarios, tales como, por ejemplo, eliminar o bloquear contactos con posiciones divergentes (Seargeant & Tagg, 2018). Además, este fenómeno ocurriría en un marco de complejidad, donde su necesidad o contingencia dependerá tanto de la *máquina invisible* como del modo en que el grupo social se apropia de esta para construir sentido.

Además de ello, esta investigación escoge la TGSS para explorar los efectos de estas herramientas en las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de los jóvenes, principalmente porque logra sortear los otros obstáculos epistemológicos que presenta el primado teórico de la *crisis epistémica*. Primero, porque no aborda este problema desde una normatividad que analiza determinados hechos y excluye a otros, a partir de su sesgo racional previo. Más bien, esta perspectiva centrada en la comunicación permite observar cómo la sociedad se observa a sí misma, sin presuponer la relevancia de estructuras normativas dadas para interpretar el fenómeno de la tecnología. Esto no implica que esta teoría argumente “libre de valores”, sino que entiende que la observación de primer orden se realiza con ayuda de valores y, por lo tanto, el observador de segundo orden refiere los valores a su uso en la comunicación. “No se da-a-conocer que se está a favor de la justicia, la paz, la salud, la conservación del entorno, etcétera, para así abrir la posibilidad de que se reaccione con aceptación o con rechazo a este dar-a-conocer. Sino que solo se dice qué es aquello que se cree justo —o injusto” (Luhmann, 2006: 890).

Segundo, la TGSS no comprende la distinción información/desinformación como un concepto ontológico, sino que lo reflexiona desde el constructivismo radical, que señala que los sistemas cognitivos solo pueden acceder a la realidad a partir de operaciones internas ligadas a la consciencia. Esto no significa que no exista el mundo, ya que, de lo contrario, el sistema no tendría límite alguno. Solo no se presupone al mundo como objeto (Luhmann, 2000). Junto a ello, la comunicación no representa estados del entorno. Por ende, cuando hablamos de lo que significa la información y la desinformación, nos remitimos a categorías socialmente construidas por un sistema social a partir del acoplamiento firme de los elementos de un medio, como es la opinión pública. Por ello, como plantea Bunz, con la emergencia de la opinión pública digital, surgen nuevas formas de categorizar la información, que escapan a la ética de los medios de comunicación tradicionales. Esto no significa que la mentira se vuelva verdad, sino que en la época contemporánea existe un excedente de observadores planteando qué es información. Por ello, desde la teoría de sistemas sociales

“debe hacerse la observación de que tanto el medio como la forma se construyen desde la perspectiva de los sistemas. Por lo tanto, suponen siempre un sistema de referencia: no existen ‘de por sí’” (Luhmann, 2005: 172).

Y, tercero y último, la TGSS no pone el énfasis en aquellos efectos producidos por la agencia de manipulación de programadores o conglomerados de Silicon Valley. A pesar de que esto siempre es posible, el hecho de analizar la *catástrofe* de los medios electrónicos en la interfaz entre el humano y la máquina invisible releva la importancia que tiene la tecnología como medio que posibilita nuevas estructuras latentes. Entonces, la intencionalidad de los sujetos se ve reducida frente a las millones de correlaciones que son realizadas por los algoritmos de las redes sociales digitales y que, hasta el momento, solo sabemos de ellas porque mantienen la recursividad de la comunicación. Esto marca una diferencia respecto de las máquinas de la sociedad antigua y moderna, las cuales se limitan al continuum de las fuerzas de la mecánica, mientras ahora se trata “con un universo físico que supera las discontinuidades entre el organismo, el cerebro, la consciencia y la sociedad, y en esta forma permite procesos que interconectan dinámicas internas heterogéneas” (Baecker, 2016b: 21).

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

Capítulo 5: Enfoque metodológico.

Dado que se busca responder a la pregunta sobre cómo los algoritmos de las redes sociales digitales moldean las dinámicas de consumo de información de los jóvenes y afectan su opinión y sus interacciones sociales en el ámbito de la comunicación política, es preciso abordar el objeto empírico desde una metodología que sea coherente con los postulados teóricos y epistemológicos ya detallados con anterioridad. Para ello, es relevante señalar cómo las premisas de la Teoría General de Sistemas Sociales (TGSS) marcan una diferencia respecto de los enfoques presentes en el campo de investigación de los efectos de los algoritmos en la recomendación de noticias a los usuarios. Así, se podrán identificar los aportes de las nociones del constructivismo radical sistémico para observar el fenómeno en toda su complejidad y sin presuponer estructuras normativas que sesguen el análisis.

De modo tal que, primero, se hará mención al cuerpo de trabajos de las burbujas informativas desde el metaanálisis realizado por Moeller y Helberger (2018), con tal de indagar en los distintos postulados epistemológicos y metodológicos que utilizan para observar el objeto empírico y cuáles son las evidencias que han encontrado sobre determinados efectos.

Luego, se formulará una crítica a este campo investigativo, la cual se sustenta en que muchos de estos estudios caen en obstáculos epistemológicos, como suponer que los algoritmos transmiten sentido de manera directa a la consciencia del usuario o subordinar la observación de los efectos a la normatividad.

Finalmente, se justificará cómo el constructivismo radical de la TGSS hace un giro epistemológico que permite analizar de manera compleja los resultados de la participación de los algoritmos en la comunicación, y sin asumir la existencia de valores trascendentales. Con ello, se introducirá el enfoque metodológico a utilizar para explorar cómo la inteligencia artificial moldea las dinámicas de consumo de información, la opinión y las interacciones sociales de los jóvenes.

5.1. El campo de investigación de la recomendación algorítmica de noticias.

Según el metaanálisis realizado por Judith Moeller y Natali Helberger (2018) al campo de investigación de la recomendación algorítmica de noticias¹⁵, es posible observar a simple vista las dificultades que este encuentra al momento de abordar su objeto empírico. La razón no obedece solo a la complejidad de los algoritmos, y la reserva por parte de las compañías acerca de su funcionamiento, sino también a la amplia variedad de efectos que pueden ser atribuidos a la personalización de la comunicación¹⁶.

Sin embargo, dicho campo puede ser categorizado en al menos dos perspectivas distintivas: la primera, que analiza la diversidad en la información que entrega el *output* del algoritmo (ya sea resultados de motores de búsqueda o el *feed* de redes sociales digitales); y, la segunda, que examina las actitudes y comportamientos de los usuarios, para medir, por ejemplo, qué tan extremas son sus actitudes antes y después de estar expuestos a un sesgo personalizado de noticias.

Asimismo, siguiendo la línea que delimitan dichas autoras, es posible diferenciar este cuerpo de trabajos académicos por el diseño de la investigación; la conceptualización y operativización de ciertos conceptos, como lo que entienden por *diversidad*; y la evidencia, o falta de ella, que obtendrían sobre posibles efectos negativos de la recomendación algorítmica de noticias.

Respecto del diseño de la investigación, existen ejemplos de estudios que hacen seguimiento a la navegación de los usuarios a partir de grandes bases de datos, lo que permite construir

¹⁵ Para revisar el cuerpo de trabajos de los efectos de los sistemas algorítmicos de recomendación de noticias, también señalado como de las *burbujas algorítmicas* (o burbujas informativas), Moeller y Helberger (2018) seleccionaron estudios publicados en revistas académicas reconocidas de ciencias políticas o de comunicación desde 2015, aunque también incluyeron ciertos trabajos anteriores a ese año que tuvieran repercusión en la discusión académica actual. La mayor parte de estos proviene de los Estados Unidos, pero sumaron también algunas investigaciones que recién en 2017 emergieron para analizar las *burbujas informativas* en el contexto europeo.

¹⁶ Para las autoras mencionadas, “si bien es importante comprender el impacto potencial de los recomendadores de noticias [algoritmos] en la diversidad y el rol de la diversidad como un valor para el diseño de los recomendadores, también es importante tener en cuenta que los potenciales efectos de los recomendadores en la diversidad son solo un primer paso para entender las implicancias más amplias del cambio de una comunicación masiva a una personalizada” [traducción propia] (Moeller & Helberger, 2018: 4). Por ende, ellas enumeran al menos cuatro efectos que podrían ser tanto o más urgentes que la falta de exposición a la diversidad: la polarización, la fragmentación del espacio público, las burbujas algorítmicas asociadas a grupos específicos y la consolidación de nuevas dependencias económicas debido al marketing conductual.

una muestra representativa de la población. En un caso particular, Bakshy, Messing y Adamic (2015) recogieron la información personal de 10,1 millones de perfiles de Facebook en Estados Unidos para conocer su posición ideológica públicamente indicada, con tal de comparar la diversidad de noticias y opiniones compartidas en la red social con el subconjunto de historias que aparecen en los *feed* de noticias individuales. De esa manera fue posible observar qué información eligieron los usuarios, dada su exposición al *feed* de noticias y dados los clics a enlaces alineados con posiciones conservadoras o liberales. Similarmente, Flaxman, Goel y Rao (2016) realizaron el seguimiento de navegación web de 1,2 millones de usuarios de ese país, durante tres meses, a través de la barra de herramientas Bing Toolbar.

Distinto es el trabajo de Beam y colaboradores (2017), que trató más bien de encuestas a 771 usuarios en el contexto de las *midterms* del país norteamericano de 2014. También, un experimento realizado por Dylko y colaboradores (2017) para determinar el efecto de las tecnologías de la personalización sobre la reducción a la exposición a información política contraactitudinal (o ideas del espectro político contrario) y aumento a la exposición a información política proactitudinal (o ideas del mismo espectro político), combinó cuestionarios y supervisión de navegación de un sitio web experimental a menos de 100 estudiantes universitarios norteamericanos.

En cuanto a la conceptualización y operativización, el concepto de *diversidad* es primordial, aunque es abordado por el campo de la recomendación algorítmica de noticias de manera heterogénea: ya sea como diversidad de puntos de vista, que, en el contexto de Estados Unidos, suele reducirse a la exposición a ideas contra o pro actitudinales conservadoras o liberales (por ejemplo, Bakshy et al, 2015; Flaxman et al, 2016; Dylko et al, 2017); como diversidad de temas, que presenta la idea de que el algoritmo podría fragmentar el espacio público al filtrar determinados temas de interés común (por ejemplo, Moeller et al, 2016); y como diversidad de redes, donde la relación con pares diversos en redes sociales puede influir, incluso, en un mayor consumo e intercambio de información contraactitudinal (por ejemplo, Anspach, 2017; Beam et al, 2017).

Finalmente, pero no por ello menos importante, estos trabajos académicos pueden distinguirse entre aquellos que encuentran evidencia de efectos negativos en la recomendación de noticias por parte de los algoritmos, y aquellos que no. Para Moeller y Helberger (2018), es posible concluir a nivel general que, mientras los estudios de gran escala

proveen reducida evidencia de efectos negativos sobre la diversidad de contenidos (Bakshy et al, 2017) o sobre las actitudes y comportamientos de los usuarios, los experimentos con muestras pequeñas encontraron efectos significativos:

“En otras palabras, si el estudio tiene como objetivo medir efectos *en vivo* del filtro algorítmico en la sociedad en general, hay poca evidencia de burbujas informativas. Por el contrario, varios estudios demostraron que la recomendación algorítmica puede (Moeller et al, 2016), por ejemplo, aumentar la diversidad de fuentes o causar una exposición incidental a noticias entre los usuarios que, de otro modo, evitan cierta información política (Reuters, 2017). Los estudios que sí encuentran la evidencia de *burbujas informativas* estudiaron grupos muy específicos, como conspiracioncitas (Quattrociochi, Scala & Sunstein, 2016), o entornos experimentales *in vitro* (Dylko et al, 2017)” [traducción propia] (Moeller & Helberger, 2018: 19).

Tomando en cuenta todas estas clasificaciones, una de las críticas que formulan estas autoras tiene que ver el déficit de operacionalización del campo de investigación de la recomendación algorítmica de noticias, que se expresa, por ejemplo, en la carencia de un concepto claro de *diversidad* o que no haya puntos de referencia para evaluar cuándo la falta de exposición a dicha diversidad constituye un riesgo. Es decir, aun cuando el usuario consuma cada vez mayor cantidad de noticias personalizadas, e incluso estas se ajusten a sus preferencias, ¿constituye un problema para la diversidad y un impacto negativo para la democracia? O bien, ¿bajo cuáles condiciones debiese considerarse dicho impacto negativo para la democracia? (Moeller & Helberger, 2018: 3 y ss.).

Junto a ello, Moeller y Helberger (2018) realizan dos precauciones relevantes sobre los resultados del cuerpo de trabajos académicos sobre las *burbujas informativas*. Uno, que los estudios que indican que este efecto es producido por el filtro del algoritmo fueron realizados casi exclusivamente en el contexto de los Estados Unidos, mientras que, en Europa, no habría evidencia a gran escala de segregación política (de los espectros políticos de izquierda y de derecha). Y, dos, se observa que la tecnología de filtro no es adoptada por todos los usuarios de la misma manera, ya que, mientras las personas con menor conocimiento político utilizan estas herramientas sin tanta preocupación por la influencia que estas podrían tener en la diversidad de su menú de noticias; existen grupos más pequeños, a menudo escépticos de los medios de comunicación tradicionales, que hacen uso de las redes sociales digitales filtradas por algoritmos para construir noticias con realidades alternativas y crear *cámaras de eco* que no desafíen sus puntos de vista.

En consecuencia, el diseño muestral, con su composición sociodemográfica respecto del universo de la población, sería clave a la hora de investigar sobre los efectos de los algoritmos, como los presentes en las redes sociales digitales y otras plataformas virtuales, con el propósito de encontrar evidencia de *burbujas informativas* y generalizar los resultados al total de la población. Dicho de otra manera, si no se trabajará con una muestra amplia y representativa (por ejemplo, Bakshy et al, 2015), obviamente, no se debe presuponer que el filtro informativo estará presente más allá del grupo sociodemográfico analizado.

5.2. Crítica epistemológica al campo de investigación de las burbujas informativas.

Con el propósito de plantear un enfoque metodológico coherente con la fundamentación teórica previamente enunciada, es fundamental asentarlos en bases epistemológicas que sorteen los obstáculos de transmisión directa de sentido, sesgos racionales normativos, categorías ontológicas y manipulación. En consecuencia, nuestra investigación debe tomar distancia de ciertas presuposiciones que realizan los trabajos académicos de la recomendación algorítmica de noticias, las cuales manifiestan, en algunos casos, la tendencia a caer en los ya mencionados obstáculos epistemológicos.

En primer lugar, se presenta un problema de observación empírica cuando se asume que los algoritmos pueden transmitir efectos de manera directa al usuario, como las *burbujas informativas*, la polarización ideológica o la fragmentación de la opinión pública, ya que se piensa que estos resultados serían causados por una funcionalidad técnica orientada a personalizar el consumo de información. Por ejemplo, en el estudio de Bakshy, Messing y Adamic (2015), el algoritmo fue operativizado como el *output* que entregó a los sujetos sondeados (es decir, el ranking del *feed* de publicaciones de Facebook); mientras que los clics a enlaces fueron catalogados como elecciones individuales. Así, los autores pudieron concluir que la acción de los individuos limitó, en mayor medida que la inteligencia artificial, la exposición a contenido que desafiara sus actitudes.

El problema de este tipo de trabajos radica en que abstrae el *output* que entrega el algoritmo de las prácticas propias del usuario, olvidando que estas últimas también definen la recomendación por parte de la tecnología. Dicho de otra manera, no es posible separar, tan sencillamente, la exposición del individuo a contenido ideológicamente afín o contrario de aquel uso o desuso que hace este de dicho contenido, ya que esa selección implicará un

acontecimiento que reconstituye la estructura tecnológica o *máquina invisible*. De modo tal que la emergencia de un efecto específico, como la *burbuja informativa*, no dependerá exclusivamente de la recomendación que plasme el algoritmo en el *feed* de publicaciones del usuario, sino también de cómo las dinámicas de consumo de información de este último impactarán en el funcionamiento de la inteligencia artificial.

Para estudiar el fenómeno de la recomendación algorítmica de noticias, ya sea a partir de la diversidad del *output* (como los resultados de los motores de búsqueda o *feed* de redes sociales digitales), o bien, de la relación entre actitudes y comportamientos de los usuarios frente a la exposición personalizada de informaciones, es fundamental comprender que el algoritmo no es solo una estructura ontológicamente definida por su funcionalidad técnica, sino que también se va reconfigurando a través de la interacción social. En consecuencia, la sociedad se vuelve una variable interviniente en el estudio de las dinámicas de consumo de información mediadas por las plataformas virtuales, donde toma relevancia el modo en que determinados grupos sociodemográficos se apropian de estas herramientas.

Segundo, en los trabajos de la recomendación algorítmica de noticias se tiende a subordinar el enfoque metodológico a una posición normativa, toda vez que se busca encontrar evidencia de efectos negativos para ciertos valores sociales, pero, tal como señalan Moeller y Helberger (2018), no se define claramente el punto en que dichos efectos se vuelven perjudiciales. En lo particular, es posible hallar esto en las investigaciones que analizan cómo los algoritmos inciden en la reducción a la exposición a ideas contraactitudinales o diversas, pero sin explicitar cuándo esto constituye un riesgo para la democracia.

Frente a esta cuestión, es preferible optar por una posición no normativa, pero no únicamente porque “aunque estudiosos normativos sostienen a menudo que la exposición a un ‘mercado de ideas’ diverso es clave para una democracia saludable, varios estudios han encontrado que la exposición a puntos de vista transversales está asociada con bajos niveles de participación política” (Bakshy et al, 2015: 1132). Sino también, ya que una observación del fenómeno social que no presuponga estructuras normativas permite conocer, de manera contingente, bajo qué valores el observador de primer orden (aquel que es observado al interior del fenómeno) observa. Entonces, la observación de valores, como la *diversidad* u otros, siempre estará situada en el contexto en el que se desenvuelve dentro del fenómeno, evitando así un sesgo racional previo por parte del investigador.

Dicho todo lo anterior, y con el objetivo de evitar los obstáculos epistemológicos presentes en algunas investigaciones del cuerpo de trabajos académicos de las burbujas informativas, nuestro enfoque metodológico se centrará más bien en el *constructivismo radical* de la Teoría General de Sistemas Sociales (TGSS). Por esta vía, se presenta un giro epistemológico hacia la observación del proceso comunicativo no desde la transmisión, sino desde la selección entre unidades complejas, donde la sociedad se vuelve una variable interviniente; ni tampoco desde categorías ontológicas, ya que se considera que toda realidad es construida socialmente.

5.3. El giro epistemológico de la TGSS: hacia un análisis complejo de los efectos de los algoritmos en la comunicación.

Partiendo de la base del *constructivismo radical* de la Teoría General de Sistemas Sociales (TGSS), es posible abordar el problema de comprender los mecanismos y operaciones comprometidas en la conformación de la sociedad contemporánea desde el paradigma de la complejidad y sin presuponer estructuras normativas previamente dadas. Esto es fundamental a la hora de explorar los efectos de la participación de los algoritmos de las redes sociales digitales en la comunicación humana, con tal de conocer cómo estas herramientas son asimiladas por la estructura y cultura social. Las implicancias epistemológicas, teóricas y metodológicas de este programa transdisciplinario son abordadas por el sociólogo chileno Marcelo Arnold, quien lo denomina *programa sociopoiético*¹⁷.

Según Arnold (2008), existiría un déficit de las ciencias sociales por explicar los fenómenos actuales que, en cambio, se compensaría con descripciones negativas de los efectos existentes de la actividad humana. Para dicho autor, el obstáculo fundamental para una mejor comprensión de la realidad contemporánea:

“Consiste en ignorar la presencia de distintos planos para su observación, y carecer de metodologías que, asumiendo la autorreferencialidad, permitan apreciar cómo los riesgos, peligros, potencialidades, expectativas y, en general, todo lo que conforma las actuales preocupaciones sociales son efectos del incremento de operaciones, aparentemente paradójicas y contradictorias, que hoy

¹⁷ El *programa sociopoiético* es descrito por Arnold (1998) como un programa transdisciplinario que tiene como núcleo central la noción de *autopoiesis* en el sentido propuesto por Niklas Luhmann, por lo que posiciona a las ciencias sociales como actividades autónomas que asumen sus rendimientos desde sí mismas y no desde una posición trascendental del sujeto del enfoque científico tradicional.

son admisibles en la reproducción de la sociedad global” (Arnold, 2008: 48).

En consecuencia, las premisas del programa sociopoiético tendrían por desafío capturar las distintas racionalidades constituyentes de la sociedad actual, la cual se caracterizaría por un contexto de aguda diferenciación, y consecuente *complejidad*. Dicha complejidad, entonces, tendría relación con “la variedad e incremento de conexiones, actuales y potenciales, entre los componentes que acompañan la diferenciación social, mientras que la reducción de sus grados de autonomía, que se reflejaría en su integración, se hace cada vez más difícil” (Arnold, 2008: 49).

En una línea similar, Baecker (2007b) afirma que la sociedad contemporánea puede ser estimada como un fenómeno *complejo*, toda vez que consiste de un gran número de variables heterogéneas que la tradición científica falla en describir e interpretar, ya sea porque reducen el fenómeno a unas pocas y heterogéneas variables (adecuadas para explicaciones causales), o bien, a algunas cuantas y homogéneas variables (adecuadas para explicaciones estadísticas).

En ese sentido, Baecker (2019) propone que la digitalización de la sociedad puede ser comprendida como *formas* que ocurren en *medios* complejos, ya que, con la participación de las máquinas en la comunicación, se debe sumar la referencia tecnológica a las otras referencias biológicas, psíquicas, sociales y culturales ya existentes que posibilitan el fenómeno comunicativo. Por ejemplo, para consumir noticias en Facebook desde un teléfono inteligente, el usuario requiere de sus dedos, de su percepción y de un lenguaje común que hace posible entender un texto. No obstante, también participa como medio el algoritmo, realizando sus propias selecciones (como *máquina invisible*) respecto de lo que sería relevante para dicho usuario. Por lo tanto, la comunicación puede tener diversos resultados, dependiendo de cómo las distintas referencias operen en un marco específico de posibilidades en el tiempo, lo cual hace que los efectos de la inteligencia artificial no sean necesarios, sino contingentes debido a la variedad e incremento de conexiones actuales y potenciales.

Por otra parte, el programa sociopoiético deriva del enfoque epistemológico de la Teoría General de Sistemas Sociales de Niklas Luhmann, el cual se sustenta en el *constructivismo radical* que plantea que existen barreras infranqueables entre los observadores y el mundo, por lo que no hay conocimiento que pueda postularse con independencia de sus observadores. Dentro del constructivismo “duro”, reviste importancia para nuestro enfoque la versión

luhmanniana, donde “la realidad se indica, notifica y fija en referencia a lo social, desde allí todo lo conocido, sean consciencias, cuerpos, personas o ambiente natural, es tratado como entorno” (Arnold, 2008: 52). Esto quiere decir, básicamente, que todo lo que se comunica sobre la realidad es el registro del conocimiento de un observador, por lo que no puede ser considerado como un objeto ajeno a la comunicación.

Consiguientemente, los estudios que se sustentan epistemológicamente en el programa sociopoiético parten del supuesto básico de que la sociedad se contiene, comunicativamente, en sus propias descripciones, explicaciones e interpretaciones, por lo que la observación de segundo orden es el mejor medio para acceder a ellas. En específico, se busca hacer distinguibles formas acotadas de distinguir por parte de personas, grupos, organizaciones, comunidades, movimientos de protesta y otros sistemas sociales, para indicar, registrar y explicar cómo configuran su realidad. Esto, a su vez, encaja muy bien con una sociedad estructurada policontextualmente, ya que no se asume ninguna posición de observador como la privilegiada. Lo cual quiere decir que los diseños de investigación sociopoiéticos deben alejarse tanto de los modelos normativos como del positivismo metodológico, con tal de identificar formas y distinciones con gran apertura para acoger la contingencia (Arnold, 2008).

Ahora bien, la teoría sistémica de Niklas Luhmann tiene una perspectiva particular para realizar la observación de segundo orden, la cual puede ser plasmada metodológicamente en *estrategias analíticas discursivas*¹⁸ específicas. Para Andersen (2003), el enfoque epistemológico del sociólogo alemán se funda en una definición particular, que tiene como premisa básica entender las observaciones como *operaciones* que no refieren a la consciencia de los sujetos, sino a diferencias (p. 64). Es decir, basándose en el concepto de *forma* (Spencer-Brown, 1971), Luhmann define la observación como la operación de indicar algo

¹⁸ Según Andersen (2003), las *estrategias analíticas discursivas* se diferencian del método científico tradicional, ya que, para este último, toda investigación se enfoca en la pregunta por la ontología del objeto. En cambio, en estas se reflexiona sobre la epistemología del observador, lo cual, a su vez, desontologiza al objeto. En otras palabras, mientras que el método científico tiene como pregunta principal cuáles son los procedimientos y reglas necesarias para obtener conocimiento teórico, una observación de segundo orden cuestionará cuáles son las condiciones sociales de posibilidades para que un determinado sistema de significado emerja. Esto, por supuesto, no implica que se pueda escapar a la ontología, dado que deben existir objetos para su estudio. Solo se restringe su aproximación a los objetos como presupuestos, para decir que el mundo emerge como resultado de la observación de individuos, organizaciones o sistemas. En consecuencia, la analítica discursiva no consiste de reglas metodológicas, sino de estrategias que dirijan cómo el epistemólogo va a construir la observación de otros, con tal de describir cómo observa el que observa (u observador de primer orden), entendido esto siempre como una elección por parte del investigador desde una posición de observador (por tanto, desde una barrera infranqueable con el objeto de estudio).

dentro de los límites de una distinción:

“La observación es la unidad de la distinción indicación/distinción. Demarcar es indicar o incluso nombrar algo en el mundo y, como se señaló anteriormente, esa demarcación siempre tiene lugar como una indicación de un lado de la distinción. En el universo de Luhmann, las distinciones son siempre bilaterales. Una distinción posee un lado interno, así como un lado externo; siendo el lado interno el lado indicado. El lado interno se designa ‘*the marked space*’, mientras que el lado externo se designa ‘*the unmarked space*’. Siempre que hay observación, un lado en la diferencia está marcado y el otro permanece sin marcar” [traducción propia] (Andersen, 2003: 65).

Por ejemplo, si se indica algo como “diverso”, el lado opuesto (o *unmarked space*) de la distinción puede referir a “excluyente”, “discriminador”, “polarizado”, “fragmentado”, “aislado” u otras posibilidades diferentes que se abren, por lo que el otro lado marca la diferencia al modo en que lo “diverso” aparece como objeto para el observador¹⁹. Esto hace que, al tomar el concepto de observación como punto de partida de la teoría de Luhmann, todo análisis de un sistema de comunicación de la sociedad comience con un *análisis de la forma*²⁰ de la distinción guía que hace posible su reproducción.

Dentro de las alternativas de estrategias analíticas discursivas que propone Andersen (2003) para realizar la observación de segundo orden según la perspectiva luhmanniana, nuestra investigación optará por el *análisis del medio*. Esta metodología se basa en la distinción guía *medio/forma*, la cual fue desarrollada en la Fundamentación Teórica. Para utilizarla, se debe

¹⁹ Con ello se puede notar, como caso específico, que en los modelos teóricos de la *crisis epistémica* se aplica la noción de *diversidad* como observación de primer orden, ya que se utiliza la distinción sin distinguir el otro lado de la forma. Al contrario, con la observación de segundo orden, y a pesar de que el observador todavía observa en el marco de una distinción, se puede ver aquello que estos modelos no logran ver: que lo observado es contingente y depende de quien observa.

²⁰ Si la *forma* es la *unidad* de una diferencia, el *análisis de la forma* comienza preguntando por el otro lado de lo indicado, con tal de ubicar la distinción (de dos lados) que constituye el marco de referencia de una observación particular o, dicho de otra manera, sobre la comunicación que la distinción permite y, a la vez, excluye. Esta técnica es frecuentemente comparada con la *deconstrucción* de Jacques Derrida, dado que ambas apuntan a una “lógica” particular dada una diferencia guía específica en la comunicación, con tal de convertir la jerarquía presente en dicha diferencia. Ahora bien, el mismo Luhmann habría expresado que ambas difieren, ya que, mientras la deconstrucción a menudo se contenta con descubrir la lógica y base paradójica de una dualidad, con el análisis de la forma simplemente se constituye la pregunta incipiente sobre el desarrollo de una paradoja dentro de la comunicación. Es decir, si se establece que una distinción es paradójica (como, por ejemplo, una regulación que buscarse *diversificar* ciertos contenidos en redes sociales digitales tendría, para llevar a cabo su tarea, que también *excluir* necesariamente otros), entonces el investigador puede reflexionar a continuación: ¿cómo y al interior de qué sistema de comunicación se maneja esta paradoja? (Andersen, 2003: 78-80).

asumir que toda observación es llevada a cabo por un sistema, y que dicha observación existe como indicación en el marco de una distinción. Consecuentemente, cualquier observación forma diferencias o, más bien, establece una relación entre la observación como *forma* y su diferencia como *medio*. Es decir, los elementos acoplados de manera floja, abiertos a ser consolidados, constituyen un medio de observación que solo puede tener lugar al aislar una forma singular en el medio de la diferencia²¹ (Andersen, 2003: 83 y ss.).

Ahora bien, una forma no estaría atada necesariamente a un solo medio, ya que existen situaciones donde es posible imaginar varios medios haciéndose disponibles para la misma forma. Si es así, se puede resolver el problema de observar fenómenos sociales complejos, debido a que distintos medios o referencias (biológicos, psíquicos, sociales, culturales y tecnológicos) confluyen en el proceso comunicativo presente en las redes sociales digitales. Además, para Andersen (2003), si la distinción medio/forma es capaz de copiarse a sí misma (*re-entry*), de modo tal que una forma específica puede funcionar después como medio de una nueva forma, esto conlleva un gran número de puntos potenciales de observación, dependiendo de qué entendamos por forma en la observación de segundo orden.

Por ende, la estrategia analítica discursiva del análisis del medio es coherente con nuestro planteamiento epistemológico de comprender a los algoritmos de las redes sociales digitales como *medios de difusión*, toda vez que permite observarlos en su carácter dual de estructura y acontecimiento, es decir, tanto como condiciones de posibilidades para el consumo de información de los usuarios, como productos circulares de la apropiación y redefinición que los mismos usuarios hacen de estos. Así, es posible investigar sobre los efectos de los medios existentes disponibles para un sistema particular de comunicación, con tal de examinar cómo cada uno de ellos lo potencia y, a la vez, limita. Pero, asimismo, se puede ver cómo el mismo sistema de comunicación se vuelve un medio para nuevas formas.

²¹ Al ser una distinción de dos lados, la diferencia *medio/forma* es en sí una *forma*, lo cual implica que cualquier forma solo emerge en relación a un medio disponible, pero, por otra parte, la forma prevalece en relación al medio, sin que este último pueda hacer resistencia a la rigidez de la forma. En otras palabras, si bien el medio ofrece las posibilidades para la condensación de la forma, ningún medio crea solo una forma, dado que con ello este último sería absorbido por la forma y desaparecería. Por lo tanto, las posibilidades de un medio nunca pueden ser agotadas (Andersen, 2003). Llevado a un caso particular, es posible reflexionar sobre el algoritmo como un medio, al observar que este ofrece las condiciones de posibilidad para el consumo de información del usuario. Pero la inteligencia artificial nunca podrá llenar, de una sola vez y para siempre, la demanda de contenido por parte de dicho usuario. Por ende, la incompletitud en la comprensión entre el humano y la máquina, debido a los límites sistémicos, haría que la *autopoiesis* del proceso comunicativo siga su curso.

Como ya se enunció antes, se busca responder a la pregunta acerca de cómo los algoritmos de las redes sociales digitales moldean las dinámicas de consumo de información, la opinión y las interacciones sociales de los jóvenes en el ámbito de la comunicación política. Para ello, la observación de segundo orden se centrará en analizar aquellas *formas* presentes en las acciones y comunicaciones de los jóvenes respecto de un tema específico, con el propósito de observar aquello que la observación de primer orden falla en ver: el *medio* o *unmarked space* que hace posible que emerjan dichas formas. De esta manera, sería viable observar a los algoritmos, pero no a partir de una perspectiva tecnológica, sino como estructuras latentes que marcan las condiciones de posibilidad de determinados sistemas de comunicación.

Debido a que este es un estudio exploratorio, la muestra seleccionada fueron estudiantes jóvenes de la Universidad de Chile, mientras que la técnica de producción de información fueron entrevistas semiestructuradas. En tanto, como tema a analizar relacionado a la comunicación política, se abordó el debate en torno al cambio constitucional en el país.

A partir de estos elementos, el primer paso de la investigación consistirá en describir las dinámicas de consumo de información de los jóvenes en las redes sociales digitales sobre el tópico escogido. Desde esta perspectiva, se asume que el algoritmo actúa como mediación de las prácticas informativas de los sujetos, por lo que el objeto tecnológico no puede ser abstraído del proceso comunicativo que lo produce y reproduce. Entonces, se observarán los modos en que estos jóvenes consumieron noticias relacionadas al cambio constitucional en Chile, para ver cómo se manifiesta el algoritmo en dicha interacción. Asimismo, es relevante construir un perfil de usuario de los sujetos, por lo que se indagará en la frecuencia con que visitaron estas plataformas para informarse y qué grado de credibilidad le otorgaban, además del conocimiento que ellos tenían sobre las acciones que efectúan los algoritmos para seleccionar noticias. Por último, se consultó si habitualmente consumían otros medios de comunicación o no, y cuál fue la percepción que tienen de ellos, para hacer una comparación entre los distintos medios.

Luego, se hará un movimiento de *re-entry* de la forma, en el sentido de explorar las dinámicas de consumo de información ya no solo como formas que emergen en el medio de las redes sociales digitales, sino también como medios que moldean las opiniones e interacciones sociales de los jóvenes sobre el cambio constitucional en Chile. Así, se describirá cómo las noticias visualizadas en las plataformas virtuales impactaron en la construcción de *sentido* de estos usuarios, tanto en la *dimensión objetual* de referir al tema del cambio constitucional

en Chile desde un determinado punto de observación, como en la *dimensión social* de interactuar con otros individuos desde una experiencia de sentido particular²².

En este punto, será importante explorar, primero, cuál es la opinión que indicó cada joven sobre el tópico en consideración, con tal de establecer si las dinámicas de consumo de información en redes sociales digitales fueron elementos que posibilitaron la conformación de dicha opinión. Luego, se indagará en las interacciones sociales que tuvo el sujeto en relación con el cambio constitucional en Chile, para determinar si estas herramientas fueron un medio para generar comunicaciones (o, quizás, para cortar comunicaciones) sobre el tema, tanto en el nivel *online*, como conversar o debatir con otros en el espacio digital o, bien, aislarse al silenciar o eliminar contactos; como en el *offline*, como participar de sistemas interaccionales o movimientos de protesta originados en estas plataformas.

Finalmente, se utilizarán todos los datos empíricos recolectados desde las entrevistas semiestructuradas, con el propósito de comprobar, a partir de este caso, si la teoría arqueológica de los medios de difusión es capaz de explicar la complejidad de los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales en la construcción de sentido de los usuarios. De esta manera, en vez de reaccionar teóricamente a dichos efectos desde la normatividad, sería posible proponer una alternativa que los comprenda como excedentes de posibilidades comunicativas que chocan con una estructura y cultura de la sociedad que son insuficientes para procesarlos.

²² Con ello se utilizará la definición de *sentido* de Niklas Luhmann, quien sostiene que tanto los sistemas psíquicos como sociales se autoproducen a través del sentido, el cual consiste del procesamiento en el tiempo de la diferencia actual/posible. Es decir, el sentido se actualiza en cada operación que realiza la consciencia o la comunicación, la cual, al ser observada, aparece como selección entre una multitud de posibilidades, y luego se desvanece. Por ello, debe haber un continuo procesamiento que permita su actualización y reproducción. Asimismo, el sentido contaría con tres dimensiones que lo especifican: la *dimensión objetual*, donde se ubican las categorías (objetos, personas, temas) según la distinción interior/exterior (o sistema/entorno según la teoría de sistemas); la *dimensión temporal*, asociada al movimiento, desde la diferencia pasado/futuro; y la *dimensión social*, o del proceso comunicativo, que trata de la distinción ego/alter, donde ego es aquel que entiende la comunicación y alter aquel al que se le atribuye el darla-a-conocer (Andersen, 2003; Luhmann, 2006).

Capítulo 6: Diseño de la investigación.

6.1. Pregunta de investigación.

¿Cómo los algoritmos de las redes sociales digitales moldean las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile y afectan su opinión y sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en el país?

6.2. Hipótesis.

Postulamos que, contrario al primado descriptivo de la *crisis epistémica* (Benkler et al, 2018), los algoritmos de las redes sociales digitales no moldearían las dinámicas de consumo de información de los jóvenes encerrándolos de manera directa en *burbujas informativas* (filter bubbles), las cuales impedirían necesariamente la exposición de estos a ideas diversas (Pariser, 2011).

El efecto de la participación de estas tecnologías en la comunicación social sería, en cambio, la *personalización* del consumo de información de los jóvenes, lo cual haría emerger estructuras comunicativas de *identidad y control* que reducen la imprevisibilidad de las noticias, tanto a nivel de interacciones entre el usuario y la máquina como entre usuarios (Baecker, 2019). No obstante, este fenómeno no ocurriría por transmisión de sentido desde el algoritmo a la consciencia del individuo, sino por *formas* de sentido que encuentran su potencial en *medios* complejos, donde se interconectan variables biológicas, psíquicas, sociales, culturales y tecnológicas, que hacen que el resultado de dichas formas sea altamente contingente y contextual.

Es decir, describimos a los algoritmos de las redes sociales digitales como *medios de difusión*, ya que no es su *funcionalidad técnica* la que les otorga un valor ontológico, sino que son construidos socialmente en la interacción con los usuarios (McLuhan, 1996; Castells, 1996; Luhmann, 2006; Bunz, 2017; Baecker, 2018). De modo que estas herramientas presentan el carácter dual de ser, por un lado, condiciones de posibilidad de las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de los jóvenes, y por otro, productos circulares de la apropiación y redefinición que los mismos jóvenes hacen de estas.

En tanto, en el ámbito interpretativo, sostenemos que los efectos de las interacciones mediadas por los algoritmos de las redes sociales digitales en las opiniones e interacciones sociales de los jóvenes pueden ser explicadas a partir de las posibilidades nuevas y excedentes de comunicación que entrega la personalización de las dinámicas de consumo de información realimentada por estas tecnologías. A su vez, para estas nuevas formas de sentido, el manejo selectivo estructural y cultural de la sociedad contemporánea podría ser insuficiente, lo cual llevaría a una *catástrofe mediática* que haría emerger una nueva diferenciación y autodescripción social.

6.3. Objetivo general.

Describir cómo los algoritmos de las redes sociales digitales moldean las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile y afectan su opinión y sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en el país, y explicar estos efectos desde la teoría arqueológica de los medios de difusión.

6.4. Objetivos específicos.

1. Describir las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile en las redes sociales digitales sobre el cambio constitucional en el país.
2. Caracterizar cómo las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile en las redes sociales digitales afectan su opinión sobre el cambio constitucional en el país.
3. Explorar cómo las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile en las redes sociales digitales afectan sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en el país.
4. Explicar los efectos de las interacciones mediadas por los algoritmos de las redes sociales digitales en las dinámicas de consumo de información, en la opinión y en las interacciones sociales de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile sobre el cambio constitucional en el país, a partir de la teoría arqueológica de los medios de difusión.

6.5. Técnica de levantamiento de información.

Como se señaló previamente, la técnica de levantamiento de información utilizada fue la entrevista semiestructurada. Según Lune y Berg (2017), las entrevistas pueden darnos una idea de cómo las personas piensan que piensan. Obviamente, la desventaja de ello es que estos datos no sean precisos a la hora de describir elementos de manera objetiva, como articular un sentimiento o relatar un hecho pasado. Pero, sí es posible aprender sobre la estructura narrativa con la cual alguien crea sentido sobre los eventos de su vida.

Esta herramienta, entonces, se inserta dentro de las metodologías cualitativas, ya que busca reconstruir la realidad tal como la observan los sujetos de un sistema social definido, a través de un proceso flexible, contextual y con apertura a la contingencia, que no posee el análisis cuantitativo (Sampieri et al, 2003). Así, este instrumento permite llevar a la práctica la observación de segundo orden según una estrategia analítica discursiva que, en vez de ontologizar el objeto empírico, reflexiona sobre la epistemología del observador que lo constituye (Andersen, 2003).

Para ahondar aún más en el carácter contingente y complejo del fenómeno, el formato de entrevista fue el semiestructurado. La particularidad de este es que, si bien cuenta con una estructura de temas y el entrevistado es consultado en un orden sistemático y consistente, se le permite al entrevistador investigar más allá del guion previamente conformado (Lune & Berg, 2017: 69).

Con este esquema se presenta una mayor apertura a las comunicaciones, acciones y vivencias que puedan relatar los jóvenes, con tal de capturar la mayor cantidad de dimensiones posibles del fenómeno del consumo de información mediado por los algoritmos de las redes sociales digitales.

6.6. Selección de la muestra.

Una de las primeras definiciones de esta investigación fue situar la observación en el contexto chileno, debido a que el campo académico no ha abordado mayormente el fenómeno de los efectos de los algoritmos de las plataformas virtuales en el consumo informativo, a pesar de la alta tasa de penetración digital de nuestro país. Luego, se decidió circunscribir el universo

a los jóvenes del territorio nacional. Para efectos de este trabajo, dicho rango etario corresponde a la categoría utilizada por el Instituto Nacional de la Juventud, que remite a hombres y mujeres, de entre 15 y 29 años²³, residentes en todas las regiones (INJUV, 2019).

La elección del segmento joven se justifica por diversos estudios que señalan que este, en su mayoría, se informa a través de redes sociales digitales como Facebook, Instagram y otras, incluso sobre los eventos relacionados al *estallido social* de 2019 (Grassau et al, 2019; CADEM, 2020). Asimismo, se ha conocido que dedican al menos cuatro horas del día a visitar estas plataformas, y más de la mitad de ese tiempo para informarse (Scherman et al, 2019). Por ende, se presentará la posibilidad de indagar en los modos en que se consumen noticias en redes sociales, y se construye opinión pública y nuevas formas de participación a partir de esto, en el grupo social más relevante a la hora de interactuar con estos medios.

Ahora bien, dado que este es un estudio exploratorio, el propósito de este trabajo no es obtener datos de una muestra específica, para posteriormente generalizarlos y presentarlos como evidencia de la presencia de ciertos patrones en las juventudes chilenas. Más bien, se pretende realizar una primera aproximación a la observación de las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales que realizan sujetos de un determinado sector sociodemográfico con la mediación de la inteligencia artificial. Consiguientemente, se utilizó un diseño muestral no probabilístico, pero ajustado a ciertos criterios:

1. Ser jóvenes, hombres o mujeres, entre 15 y 29 años, residentes en Chile.
2. Tener cuentas personales o ser usuarios de redes sociales digitales, en particular de Facebook, Instagram, YouTube o Twitter, y utilizarlas de manera habitual (acceder por lo menos a una de ellas con una frecuencia mínima de una vez al día).
3. Aceptar de manera voluntaria la participación en la investigación, pudiendo abandonarla cuando estimen necesario.
4. Disponibilidad para participar durante la fase de campo (agosto-octubre 2020).

²³ Cabe señalar que, con la conceptualización de *jóvenes* a partir de un rango etario, no se busca homogeneizar a este grupo social. Al contrario, se toma nota del debate que rechaza a la *juventud* como noción que englobaría la complejidad de sentidos de estos sujetos de estudio, para proponer en cambio la idea de *juventudes*, que refiere a identidades dinámicas y heterogéneas que no dependen en sí de la edad, sino de cómo los jóvenes procesan una cierta tensión existencial (*ser como lo desean o ser como se les impone*), socialmente construida, condicionados por su clase social, identidad de género, cultura y colectivos específicos de pertenencia (Duarte, 2000). Entonces, la selección de esta muestra permitirá observar los efectos de la personalización algorítmica en un grupo sociodemográfico reconocido por su alto consumo de redes sociales digitales, pero sin asumir por ello que la variable edad construya realidad por sí misma.

El tamaño de la muestra fue de 22 personas y la cobertura se centró en estudiantes de pregrado de distintas facultades de la Universidad de Chile que cumplieran con los requisitos descritos previamente. La justificación de la cobertura obedece a que se ha identificado que los estudiantes universitarios chilenos emplean significativamente más las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para acceder a redes sociales digitales, en un 90% de los casos contra solo un 65% de la población general, lo que la convierte en una de sus actividades más recurrentes con estas herramientas (Labbé et al, 2019). Asimismo, la Universidad de Chile es una institución de la educación terciaria que cuenta con una composición sociodemográfica variada, lo cual permitió que el diseño muestral abarcara distintos grupos socioeconómicos y lugares de procedencia de los estudiantes.

Por su parte, con tal de garantizar que en los casos haya tanto hombres como mujeres, se estableció una cuota de género paritaria al total (11 hombres y 11 mujeres). Si bien es cierto que existen similitudes entre los jóvenes hombres y mujeres en su participación en las TIC, como las horas promedio de uso de Internet diarias, que se igualan en 6,4 horas al día (INJUV, 2019), y el uso de redes sociales digitales no difiere mucho, salvo una leve inclinación femenina hacia Instagram y masculina hacia Twitter (We Are Social & Hootsuite, 2020), hay evidencia para sostener diferencias de género en las dinámicas de consumo de información en redes sociales digitales en el campo de comunicación política. Por ejemplo, un análisis de *big data*, de una muestra de países de todos los continentes, observó que los hombres siguen con más frecuencia las páginas relacionadas al ámbito político y a sitios informativos en Facebook; mientras que las mujeres jóvenes de Europa y América tienden a enfocarse en causas vinculadas a niños y al medioambiente dentro de esa red social (Brandtzaeg, 2017).

A su vez, la selección de los casos aseguró un mínimo de representatividad por parte de los distintos campus universitarios y sus respectivas unidades académicas, con tal de contemplar las eventuales diferencias sociodemográficas, formativas y contextuales presentes en dichos espacios. Por consiguiente, la distribución de la muestra según campus universitarios quedó conformada de la siguiente manera:

Campus	Número de casos
Campus Dra. Eloísa Díaz (Facultades de Medicina, de Ciencias Químicas y Farmacéuticas y de Odontología).	2
Campus Andrés Bello (Facultades de Arquitectura y Urbanismo, de Derecho, de Economía y Negocios, de Artes sedes Alfonso Letelier Llona y Pedro de la Barra y el Instituto de Asuntos Públicos).	6
Campus Beauchef (Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas).	3
Campus Juan Gómez Millas (Facultades de Artes, de Ciencias, de Ciencias Sociales y de Filosofía y Humanidades, el Instituto de la Comunicación e Imagen y el Programa Académico de Bachillerato).	8
Campus Sur (Facultades de Ciencias Agronómicas, de Ciencias Forestales y de la Conservación de la Naturaleza y de Ciencias Veterinarias y Pecuarias).	3
Total	22

El procedimiento que se utilizó para recolectar los casos fue, en primer lugar, vía solicitud a las Direcciones de Pregrado y de Asuntos Estudiantiles (DAE) de las respectivas facultades, con tal de pedirles la colaboración en la tarea de contactar estudiantes que cumplieren con los requisitos para participar de la investigación. Si la solicitud fue acogida, se procedió a enviar un correo electrónico a los jóvenes, a través de estas autoridades, dando a conocer la posibilidad de formar parte de este estudio, especificando el proyecto, con sus objetivos, metodología y resultados esperados. Junto a ello, se recurrió a difundir esta convocatoria en canales de comunicación institucionales de la Universidad, como la plataforma U-Cursos, en grupos de Facebook asociados a estudiantes de esta casa de estudios y solicitando la colaboración a los centros de estudiantes de cada facultad.

En lo ideal, se buscó disponer de al menos un joven por cada facultad o instituto académico. En caso de no haber interesados en alguna de estas, se procedió con aquellas donde hubo mayor cantidad de postulantes, escogiendo según orden de llegada y respetando el criterio paritario de género (11 hombres y 11 mujeres).

6.7. Proceso de recolección de información.

Una vez seleccionados los 22 casos de la muestra, cada uno de ellos debió firmar un consentimiento informado en línea, donde se detallaban los objetivos y todas las etapas del proyecto y se destacaba el carácter voluntario de su participación (Anexo I). Posterior a esto, se programaron citas individuales con cada uno de estos estudiantes, con tal de efectuar las entrevistas semiestructuradas. Debido a la situación de pandemia y Estado de excepción en Santiago de Chile, producto del Covid-19, estas entrevistas fueron realizadas y registradas audiovisualmente de manera telemática, a través de la aplicación Zoom.

Las 22 entrevistas se efectuaron después de iniciado el periodo oficial de propaganda electoral determinado por el Servicio Electoral de Chile (Servel) para el Plebiscito Nacional, que comenzó el 26 de agosto de 2020 para medios escritos, radio y espacios públicos autorizados y privados, y antes de la fecha de realización de dicha elección, el 25 de octubre de 2020 (la primera entrevista se llevó a cabo el 31 de agosto de 2020 y la última el 24 de octubre del mismo año).

Para llevar a cabo las entrevistas semiestructuradas, se elaboró una pauta (Anexo II), compuesta por 15 preguntas de un cuestionario con alternativas, para caracterizar información sociodemográfica y dinámicas de consumo de información específicas de los jóvenes, y 27 preguntas abiertas sobre dinámicas de consumo de información e impacto de estas dinámicas en las opiniones e interacciones sociales de ellos sobre el cambio constitucional en Chile. Con estas últimas, el entrevistador tuvo mayor flexibilidad para contrapreguntar y ahondar en temáticas puntuales sobre estos temas. Las preguntas estaban relacionadas con las siguientes categorías, las cuales fueron consideradas como las más relevantes para la consecución de este estudio:

Socio-demográficas	Dinámicas de consumo de información	Impacto en opiniones	Impacto en interacciones sociales
Edad	Redes sociales donde consume información política	Opinión sobre cambio constitucional en Chile	Compartir información sobre cambio constitucional en redes sociales
Género	Frecuencia con que consume información política en redes sociales (horas al día)	Interés en votar en plebiscito constitucional 2020	Debatir sobre cambio constitucional en redes sociales

Nacionalidad	Nivel de confianza que asigna a información política en redes sociales	Percepción de impacto de consumo de noticias en redes sociales sobre su opinión respecto del cambio constitucional	Seguir líderes de opinión que refieran a cambio constitucional en redes sociales
Comuna de residencia	Otros medios donde consume información política	Percepción de impacto de consumo de noticias en otras fuentes sobre su opinión respecto del cambio constitucional	Dar me gusta, comentar o compartir contenido proactitudinal o contraactitudinal
Tramo de ingreso por hogar	Frecuencia con que consume información política en otros medios (horas al día)	Recepción y verificación de noticias falsas	Eliminar, silenciar o ignorar contactos por exponer ideas contraactitudinales o noticias falsas
Interés en la política	Nivel de confianza que asigna a información política en otros medios		Criticar contactos por exponer ideas contraactitudinales o noticias falsas
Identificación con sector político	Descripción de noticias en <i>feed</i> de redes sociales sobre cambio constitucional en Chile		Reunirse presencialmente con personas de redes sociales que compartan su opinión
Participación electoral en elección presidencial 2017	Descripción de clics en enlaces y búsquedas en redes sociales sobre cambio constitucional en Chile		Participar de concentraciones o manifestaciones convocadas por redes sociales
	Descripción de otras fuentes de noticias relevantes sobre cambio constitucional en Chile		Incentivo de redes sociales para la participación ciudadana (partidos políticos, organizaciones estudiantiles, vecinales, actividades de apoyo a causas, grupos religiosos, entre otros)
	Percepciones de los conceptos de <i>calidad de la información, pluralismo informativo y debate democrático</i> y cómo se expresan en redes sociales		
	Conocimiento del usuario sobre funcionamiento de algoritmos de redes sociales		

Las casillas con relleno color celeste corresponden a categorías para preguntas que fueron formuladas en el cuestionario. El resto, con color blanco, estaban diseñadas para recopilar la mayor cantidad de información que los entrevistados pudieran entregar sobre el elemento en específico, con tal de cumplir con los objetivos de la investigación y, a la vez, permitir la apertura a la contingencia suficiente para dar cuenta de la complejidad de las acciones, vivencias y comunicaciones de los jóvenes.

6.8. Técnica de análisis de información.

Finalmente, la técnica que se utilizó para analizar la información recopilada por las entrevistas semiestructuradas fue el *análisis de contenido*. Según Lune y Berg (2017), esta técnica permite profundizar en el estudio de los discursos, pero no solo respecto de las palabras que se usan, sino también de la construcción y comprensión social de los sentidos creados a través de dichos discursos. Entonces, el análisis de contenido examina los discursos al observar los patrones del lenguaje empleado en el intercambio comunicativo, junto a los contextos sociales y culturales donde esta comunicación ocurre.

Dentro de las distinciones más importantes de esta herramienta, se encuentra la diferencia entre contenido manifiesto y contenido latente. Descrito de manera simple, el primero se refiere a aquellos elementos que son físicamente presentes y contables en el texto, mientras que el segundo es la interpretación del simbolismo, o subtexto, detrás de los datos físicos (Lune & Berg, 2017). En el caso de la observación de segundo orden, el investigador debe ser capaz de visualizar ambos contenidos, con tal de distinguir entre el caso y la estructura latente que se encuentra detrás (Luhmann, 1994).

De modo tal que el análisis está diseñado para codificar el contenido y transformarlo en datos, con el propósito de utilizarlos para responder las preguntas de la investigación. Ahora bien, como sostienen Lune y Berg (2017), estas codificaciones pueden ser determinadas de manera deductiva, inductiva o de ambas formas. Desde una aproximación deductiva, el investigador comienza con un esquema de categorías sugerido desde una perspectiva teórica, por lo que los datos se vuelven medios para comprobar la hipótesis que busca explicar el caso. Con el método inductivo, en cambio, el investigador parte por indagar en los textos, con el objetivo de identificar las dimensiones o temas significativos para cada productor del mensaje, para después explicar esos patrones con un modelo teórico.

Dado que la hipótesis de nuestro estudio pretende interpretar los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales en las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales desde la teoría arqueológica de los medios de difusión, los códigos deductivos del análisis de contenido fueron los siguientes:

- **Dinámicas de consumo de información:** fragmentos de las entrevistas semiestructuradas que describen las modalidades de consumo de información de los jóvenes en redes sociales digitales sobre el cambio constitucional en Chile.
- **Impacto de las dinámicas de consumo de información en la opinión:** fragmentos de las entrevistas semiestructuradas que describen el impacto de las dinámicas de consumo de información de los jóvenes en redes sociales digitales sobre su opinión en relación al cambio constitucional en Chile.
- **Impacto de las dinámicas de consumo de información en las interacciones sociales:** fragmentos de las entrevistas semiestructuradas que describen el impacto de las dinámicas de consumo de información de los jóvenes en redes sociales digitales sobre sus interacciones sociales en relación al cambio constitucional en Chile.

Estos códigos deductivos sirvieron para organizar el contenido de las entrevistas semiestructuradas, con el propósito de responder a los objetivos de la investigación. No obstante, fueron complementados y reformulados de manera inductiva, según aquellos discursos recurrentes por parte de los jóvenes de la muestra. Así se amplió la observación a ciertos elementos que dieran cuenta de la complejidad del fenómeno.

Por último, todas estas codificaciones fueron reducidas, hasta aislar los patrones y procesos de sentido más relevantes para los sujetos muestrales, con tal de producir las generalizaciones que fueran contrastadas con la hipótesis y que permitieran responder la pregunta de la investigación. Para llevar a cabo el proceso de codificación de las entrevistas, se utilizó el software ATLAS.ti 9.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Capítulo 7: Caracterización sociodemográfica de la muestra.

El propósito de este capítulo es caracterizar de manera sociodemográfica la muestra expresada en los 22 jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile que participaron de las entrevistas semiestructuradas. Para ello, se considerarán las variables sociodemográficas previamente establecidas en la pauta de preguntas, que consisten en Edad, Género, Nacionalidad, Comuna de residencia, Tramo de ingreso por hogar, Identificación con sector político, Grado de interés en la política y Participación electoral (según última elección presidencial en Chile de 2017).

Respecto de las variables sociodemográficas de Edad y Género, los 22 casos respetan los marcos definidos en el diseño muestral previo para admitir la participación en la investigación. Es decir, en la variable etaria se cumple con el criterio de tener entre 15 y 29 años de edad, donde el caso más joven tenía 19 años al momento de concretar la entrevista y 28 años el más longevo en la misma situación. Asimismo, acerca de la variable de género, la cuota paritaria hizo que los 22 casos seleccionados estén constituidos por 11 hombres y 11 mujeres (ninguno se identificó con “Otro” género, como indicaba el cuestionario entre las opciones a escoger). Por otro lado, en lo concerniente a la variable de Nacionalidad, todos los casos indicaron ser de nacionalidad chilena, a la par que uno señaló también ser perteneciente a la etnia mapuche.

En cuanto a la variable de Comuna de residencia, es importante destacar el efecto producido por la pandemia de Covid-19 en Chile en la movilidad de los casos entrevistados. Esto debido a que, si bien se espera que los estudiantes de la Universidad de Chile cuenten con una residencia dentro de la Región Metropolitana, con tal de asistir de manera regular a las clases de sus respectivas carreras de pregrado, la suspensión de la modalidad presencial por esta coyuntura particular hizo que algunos se trasladaran a sus residencias particulares, muchas de ellas en otras regiones del país. Incluso, hubo casos donde los estudiantes ingresaban en 2020 a su primer año de pregrado, por lo que, hasta la fecha de la entrevista, no habían tenido clases presenciales en su respectiva carrera.

Dicho todo lo anterior, en el Gráfico 1 es posible apreciar la comuna de residencia de cada uno de los 22 casos de la muestra previo a la pandemia por el Covid-19:

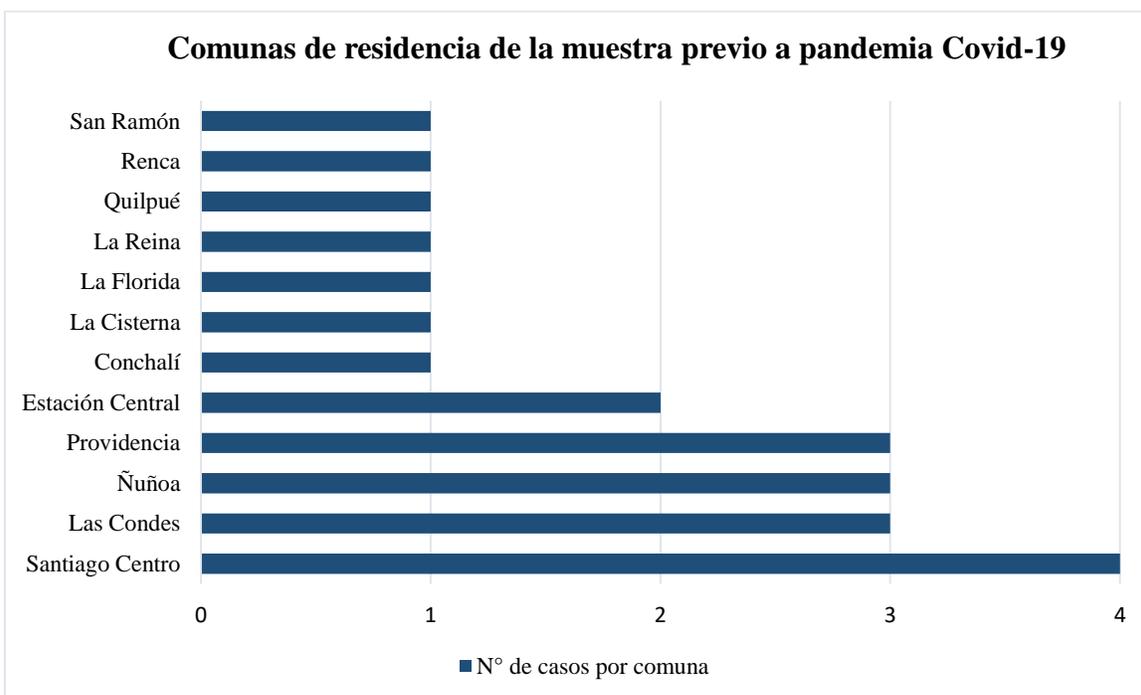


Gráfico 1

Respecto de la variable de Tramo de ingreso por hogar, esta se subdividió en tres tramos: Alto, para un ingreso por hogar superior a un millón y medio de pesos al mes; Medio, para un ingreso por hogar de entre 800 mil y un millón y medio de pesos al mes; y Bajo, para un ingreso por hogar inferior a 800 mil pesos al mes. La distribución de la variable de Tramo de ingreso por hogar en la muestra quedó conformada según el Gráfico 2:

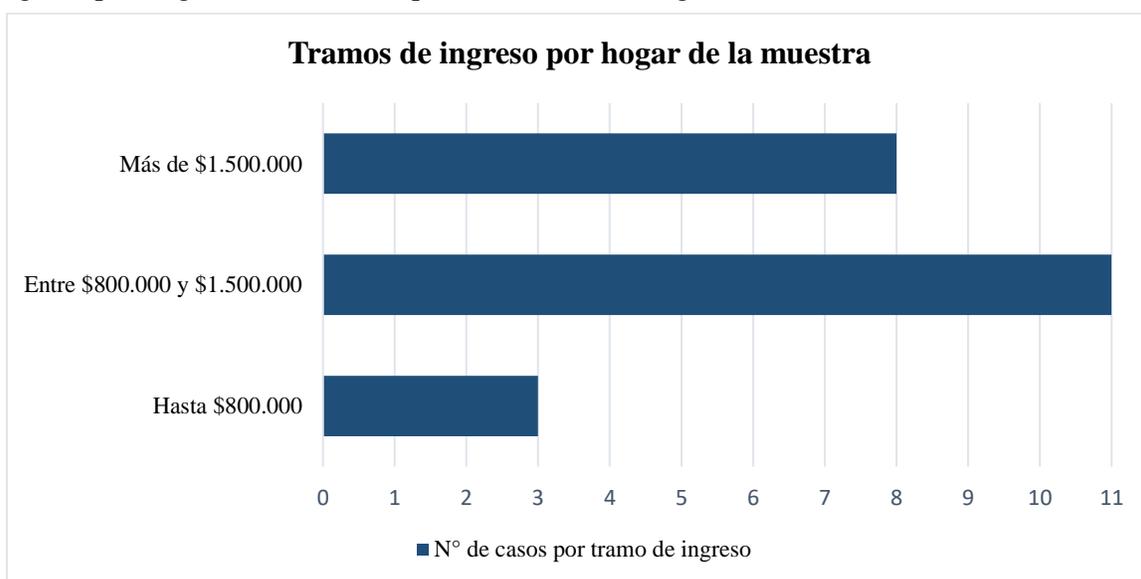


Gráfico 2

Es decir, a partir del Gráfico 2 se puede concluir que la muestra representa una composición socioeconómica diversa, aunque con mayor inclinación hacia los tramos Medio y Alto.

En relación a la variable sociodemográfica de Identificación con un sector político, se le consultó a cada uno de los 22 casos por su mayor identificación con uno de los siguientes sectores políticos: Izquierda, Centroizquierda, Centro, Centroderecha, Derecha o Ninguno. A partir de sus respuestas al cuestionario, fue posible asignar en el Gráfico 3 la siguiente identificación política de la muestra:



Gráfico 3

En consecuencia, se observa una notoria tendencia de los casos entrevistados a señalar el sector político de Izquierda como el principal, seguido del de Centroizquierda. Por otra parte, solo un caso se identificó con el Centro, otro no se identificó con Ninguno, mientras se registró una nula identificación hacia los sectores de Centroderecha o Derecha.

Finalmente, considerando las variables sociodemográficas de Grado de interés en política y de Participación electoral, es posible considerar que la muestra cuenta con un alto interés en la política y sus procesos electorales. Esto debido a que, frente a la pregunta ¿qué tan interesado/a estás en la política?, 18 de los 22 casos escogieron la opción “Muy interesado/a” del cuestionario y cuatro “Algo interesado/a”. Ninguno eligió “Poco interesado/a”, Nada

interesado/a” o “No sabe/No responde”. A su vez, consultados sobre su participación en la última elección presidencial en Chile, realizada en noviembre de 2017, todos quienes tenían edad para votar, 19 casos, concurrieron a ejercer su voto ese día, mientras los tres restantes no tenían la edad mínima para sufragar ese año.

A modo de sumario, se puede caracterizar de manera sociodemográfica a la muestra de estudiantes de pregrado de la Universidad de Chile a partir de los siguientes elementos:

- Cumplen con los criterios etarios y de género previamente establecidos, ya que la edad de los casos oscila entre los 19 y los 28 años, al momento de efectuada la entrevista, y se presentaron 11 hombres y 11 mujeres.
- Sin considerar la movilidad producida por la pandemia de Covid-19, se puede apreciar que la mayoría de los casos de la muestra residían en comunas de los sectores nororiente (Las Condes, Ñuñoa y Providencia) y centro (Santiago Centro y Estación Central) de la capital.
- Existe una composición socioeconómica diversa, aunque con una mayor inclinación hacia los tramos de ingresos Medio y Alto.
- Se advierte una baja diversidad de la muestra en términos políticos, debido a que se advierte una notoria tendencia a identificarse con el sector de Izquierda, seguido en menor medida por la Centroizquierda. En tanto, ninguno afirmó adherir a los sectores de Derecha o Centroderecha.
- Los casos entrevistados demuestran un alto interés en la política y sus procesos electorales, donde la mayoría indica estar muy interesado y el resto, al menos, algo interesado. En tanto, todos los que tenían edad para votar sufragaron en la última elección presidencial de Chile en 2017.

Capítulo 8: Descripción de las dinámicas de consumo de información de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.

En este capítulo se buscará responder al primer objetivo específico de la investigación, referente a describir las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile en las redes sociales digitales sobre el cambio constitucional en el país. Para ello se efectuará un análisis de los resultados disponibles por las entrevistas semiestructuradas tomadas a la muestra, en particular en relación a cuáles son sus dinámicas de consumo de información sobre el cambio constitucional en Chile en las redes sociales digitales Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, además de otras fuentes, como medios de comunicación tradicionales (diarios escritos, diarios digitales o portales, radio y TV) y comunicación presencial.

En la primera sección, se tomarán los datos del cuestionario para determinar si estos jóvenes utilizan Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, con qué frecuencia para informarse de noticias del ámbito político en particular y cuál es el nivel de confianza que le asignan a la información política que consumieron en dichas plataformas.

En la segunda sección, se ocuparán también las respuestas del cuestionario para identificar el consumo de información política de los estudiantes de la Universidad de Chile en medios de comunicación tradicionales, con tal de comparar las respuestas de la muestra sobre estos con las expuestas en cuanto a las redes sociales digitales en las mismas variables de utilización, frecuencia y nivel de confianza.

En la tercera sección, se analizarán los fragmentos de las entrevistas que abordan las fuentes que indicaron usar estos jóvenes para informarse del cambio constitucional en Chile, con tal de establecer cuáles fueron las principales, considerando las redes sociales digitales, los medios de comunicación tradicionales y la comunicación presencial.

Por último, en la cuarta sección, se examinarán los fragmentos de las entrevistas que refieren tanto al contenido que les apareció a los estudiantes de la Universidad de Chile en el *feed* de sus redes sociales digitales sobre el proceso constituyente, como a la retroalimentación que hicieron ellos de este, a través de las interacciones en las publicaciones, con tal de observar cómo estos jóvenes interactuaron de manera circular con las plataformas digitales en la interfaz entre el usuario y la máquina.

8.1. Dinámicas de consumo de información: análisis cuantitativo en redes sociales digitales.

Esta sección abordará las dinámicas de consumo de información de la muestra desde una dimensión principalmente cuantitativa, a partir de los datos recopilados por las preguntas de cuestionario relacionadas a este ámbito respecto de las redes sociales digitales. Dichas preguntas buscaron determinar si los estudiantes de la Universidad de Chile utilizaban las plataformas Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, con qué frecuencia para informarse de noticias del ámbito político en particular (en días a la semana y horas al día) y cuál era el nivel de confianza que le asignaban a la información política que consumieron en dichas plataformas.

En consecuencia, en los gráficos 4 y 5 se advierte el tiempo semanal que emplearon estos jóvenes en las redes sociales digitales Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, tanto en términos de días a la semana como de horas al día. En particular, se distingue claramente a Instagram como la red social digital más utilizada, donde todos los casos señalaron utilizarla al menos un día a la semana y el 86% la usó todos los días. Asimismo, la mayoría declaró dedicar a ella más de 2 horas al día. YouTube también es una red social a la que indican ingresar por lo menos unos minutos de algunos días a la semana, aunque en menor medida que en Instagram. Con Facebook ya comienzan a aparecer estudiantes que no la consumen ningún día a la semana, mientras que 2 de cada 5 casos afirman no haber ingresado a Twitter en la última semana.

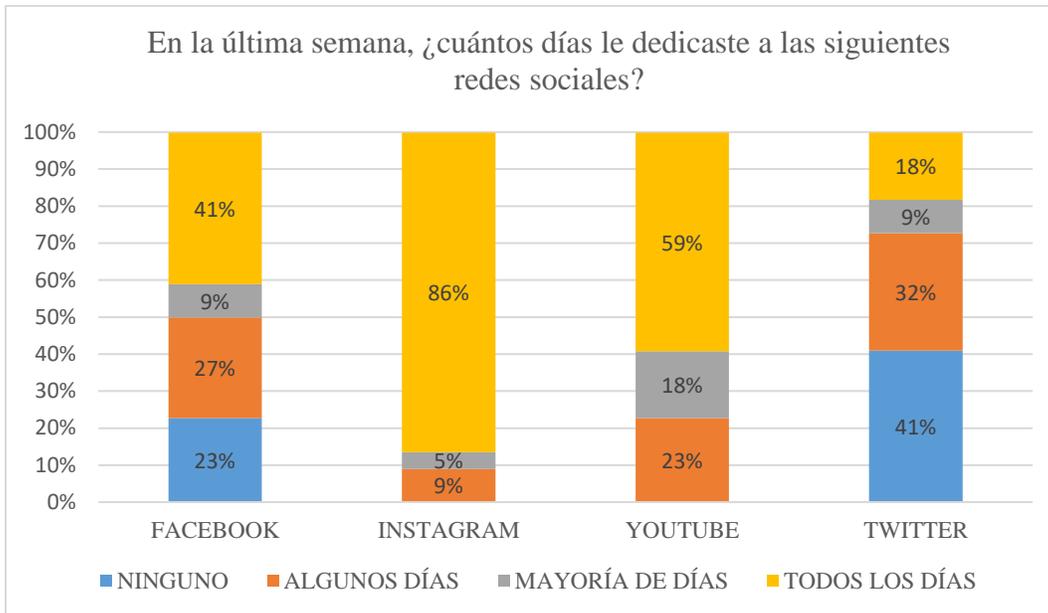


Gráfico 4

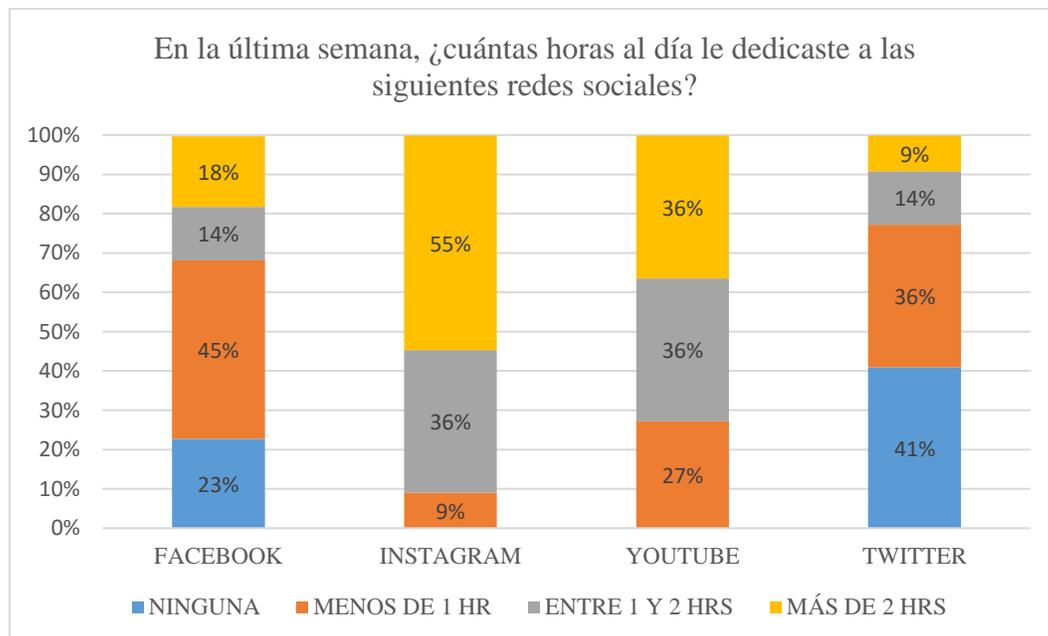


Gráfico 5

Ahora bien, cuando se les consultó a los estudiantes universitarios de la muestra respecto a la frecuencia con que consumieron noticias del ámbito político en estas redes sociales digitales en el lapso de la última semana, los resultados tendieron a variar. Fundamentalmente, porque, como se muestra en el Gráfico 6, se presentaron casos que declararon no utilizar ningún día las redes sociales digitales para consumir noticias del ámbito

político, lo que se refleja especialmente con YouTube, ya que el 45% indicó no haber visto o escuchado sobre este tipo de informaciones en la última semana. Twitter, en tanto, se consolida como una red social eminentemente de uso político, debido a que, de los días dedicados por los jóvenes a la semana para acceder a esta plataforma, aumenta a más de un tercio quienes dicen usarla todos los días para consumir noticias de corte político.

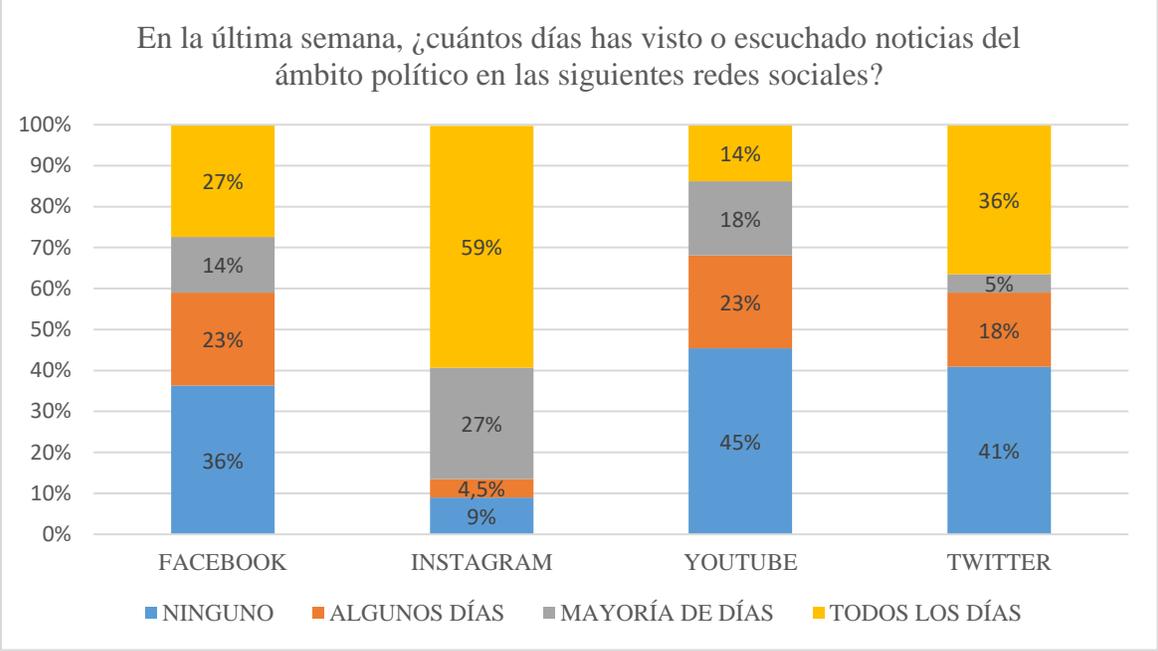


Gráfico 6

Respecto de las horas al día empleadas en redes sociales digitales para consumir información política, se aprecia un claro descenso en relación al tiempo dedicado para consumo en general. Por ejemplo, si nueve de cada 10 casos declararon usar Instagram más de una hora diaria, solo el 37% utilizó esta red social digital durante ese lapso cuando se trató de ver o escuchar noticias del ámbito político, mientras la mayoría lo hizo en menos de una hora (Gráfico 7):

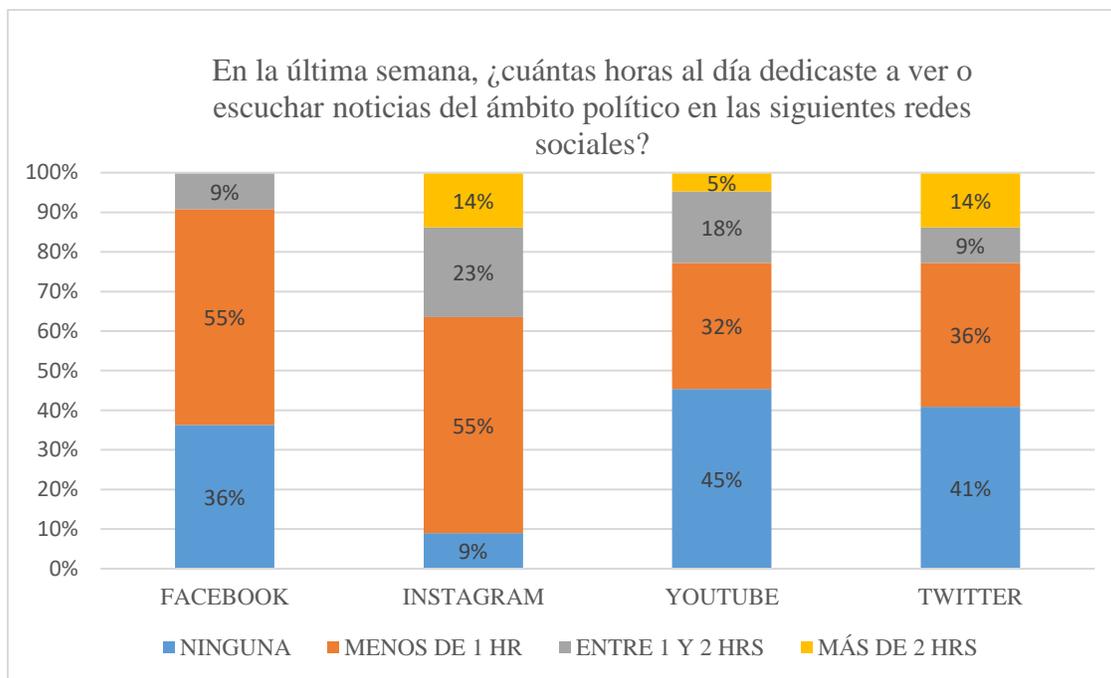


Gráfico 7

Al cruzar los resultados del Gráfico 6 con las variables sociodemográficas de Género, Edad y Tramo por ingreso del hogar, es posible concluir que las dinámicas de consumo de información política de los estudiantes de la Universidad de Chile en redes sociales digitales tienden a ser bastante homogéneas (Tabla 1). Solo se observaron variaciones significativas en YouTube, respecto de la variable de género, y en Facebook, al combinar las variables etaria y socioeconómica. Esto debido a que, en el primero mencionado, mientras ocho de los 11 casos masculinos (73%) aseveró consumir noticias del ámbito político en YouTube al menos un día de la última semana, esto solo se produjo en cuatro de cada 11 casos femeninos (36%). Esta variación también se advierte en las otras dos variables, pero se explica fundamentalmente porque en algunos tramos etarios o socioeconómicos había más hombres o más mujeres.

En cuanto a Facebook, se vio que solo dos de cada cinco jóvenes (40%), del segmento etario de 18 a 21 años y del tramo de ingreso Alto, vieron o escucharon información política en esta plataforma al menos un día de la última semana, a la par que los cuatro casos (100%) del mismo segmento etario, pero del tramo de ingreso Medio, afirmó haber hecho lo mismo en esta red social. Aunque, dado que para esta última observación se contó con menos casos para distinguir, se torna más difícil generalizarla para el universo de estudiantes de pregrado de la Universidad de Chile. Igualmente, se hace complejo establecer variaciones

significativas en los tramos etario de 26 a 29 años y de ingreso Bajo, justamente por la escasa cantidad de casos para cotejar.

Vieron o escucharon noticias del ámbito político al menos un día de la última semana (redes sociales)								
Variables	Género		Edad			Tramo por ingreso de hogar		
	Hombres	Mujeres	18-21 años	22-25 años	26-29 años	Alto	Medio	Bajo
Facebook	64%	64%	70%	57%	60%	38%	73%	100%
Instagram	91%	91%	90%	86%	100%	88%	100%	67%
YouTube	73%	36%	40%	71%	60%	38%	64%	67%
Twitter	64%	55%	70%	57%	40%	63%	55%	67%
Total muestra	11	11	10	7	5	8	11	3

Tabla 1

Por último, en relación a la pregunta por el nivel de confianza que los estudiantes de la muestra le asignaban a la información política que vieron o escucharon en redes sociales digitales, expresado en una nota de 1 a 7, se puede ver en el Gráfico 8 que la confianza es, en promedio, regular, ya que ninguna de las cuatro plataformas logró alcanzar la nota 5. Dentro de estas, la que más desconfianza generó respecto de la información política que circuló en ella fue Facebook, que apenas logró un 4,1.

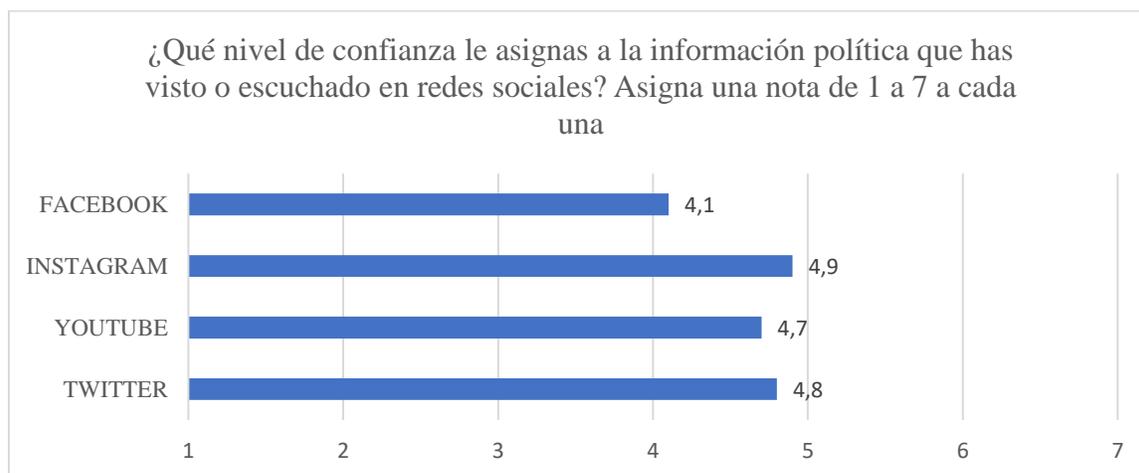


Gráfico 8

Al desagregar las evaluaciones asignadas entre los casos que declararon haber consumido información política al menos un día de la última semana, en cada una de las cuatro redes sociales, y quienes no lo hicieron (Gráfico 9), es posible ver una variación significativa. En particular, llama la atención la diferencia entre aquellos que utilizaron Twitter para

informarse de noticias del ámbito político, ya que dieron la calificación más alta de todas (5,8). En tanto, aquellos que no lo hicieron dieron la peor nota (2,2). Finalmente, en Facebook sigue habiendo una mala evaluación entre los usuarios y no usuarios, pero estos últimos demuestran mayor desconfianza hacia esta red social.

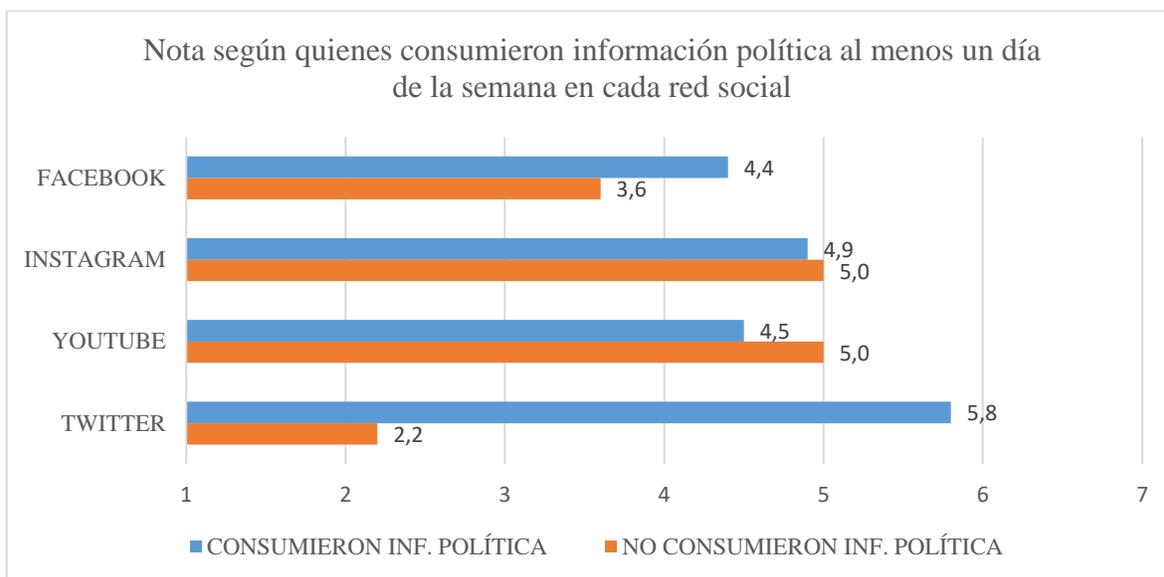


Gráfico 9

En tanto, al desagregar los datos según las variables sociodemográficas de Género y de Edad (Tabla 2), no se observaron muchas diferencias significativas. Solo se podría resaltar que los hombres dieron, en promedio, una evaluación levemente superior a la información política en redes sociales digitales que las mujeres, con la excepción de Twitter. Igualmente, el segmento etario de 18 a 21 años demostró, en general, una mayor confianza hacia las noticias del ámbito político consumidas en estas plataformas en comparación con los otros segmentos, lo cual se evidencia principalmente en las calificaciones a YouTube e Instagram.

Nota a confianza en redes sociales según variables sociodemográficas					
Variables	Género		Edad		
	Hombres	Mujeres	18-21 años	22-25 años	26-29 años
Facebook	4,4	3,8	4,6	4,3	2,8
Instagram	5,1	4,8	5,6	4,7	4,1
YouTube	4,9	4,5	5,6	4,6	3,4
Twitter	4,7	4,9	5,6	5,1	3,2
Total muestra	11	11	10	7	5

Tabla 2

Hallazgos:

- Instagram es la red social digital a la que mayor tiempo dedicaron los jóvenes encuestados para consumo general. El 86% la utilizó todos los días de su última semana, y la mayoría más de dos horas al día. A YouTube también ingresaron al menos un día de la semana, mientras que hubo varios que declararon no usar Twitter (41%) ni Facebook (23%).
- Al acotar el consumo de los jóvenes solo a noticias del ámbito político, se muestra un descenso en el tiempo dedicado en cada red social digital, lo que evidencia que, en general, los estudiantes de la U. de Chile no utilizan estas plataformas solo para fines informativos. Esto se refleja especialmente en YouTube, donde el 45% manifestó no haber visto o escuchado noticias de política en esa red social en la última semana, a diferencia de Twitter, donde su uso sí tiende a estar más relacionado a ello. Instagram fue la más utilizada por la mayoría para informarse de política.
- El consumo de información política en redes sociales digitales por parte de la muestra tiende a ser bastante homogéneo al desagregarlo por Género, Edad y Tramo por ingreso del Hogar. La única salvedad clara se aprecia en YouTube, donde los hombres la usaron con mayor frecuencia para informarse de ese ámbito que las mujeres.
- La confianza que los jóvenes encuestados le asignaron a la información política que consumieron en redes sociales digitales en la última semana fue más bien regular. La calificación más baja, de nota 1 a 7, la obtuvo Facebook (4,1).
- Se observa una variación significativa al desagregar la confianza hacia redes sociales digitales de los casos de la muestra según quienes consumieron noticias del ámbito político en estas en la última semana. Esta se expresa en Twitter, ya que los que sí lo hicieron, le dieron la nota más alta a la información política vista, dentro de todas las plataformas (5,8), mientras que los que no lo hicieron, otorgaron la calificación más baja (2,2).
- En cuanto a las variables de género y edad, los hombres dieron una evaluación levemente mejor que las mujeres respecto de la confianza en la información política en redes sociales, salvo Twitter. Igualmente, el segmento etario de 18 a 21 años fue, por poco margen, el que más confianza demostró hacia las noticias vistas o escuchadas en estas plataformas.

8.2. Dinámicas de consumo de información: análisis cuantitativo en medios de comunicación tradicionales.

Esta sección abordará las dinámicas de consumo de información de la muestra desde una dimensión principalmente cuantitativa, a partir de los datos recopilados por las preguntas de cuestionario relacionadas a este ámbito respecto de los medios de comunicación tradicionales. Dichas preguntas buscaron contrastar el consumo de información política en redes sociales digitales por parte de los estudiantes de la Universidad de Chile, al consultarles si se informaron de noticias del ámbito político en medios de comunicación tradicionales (diarios digitales o portales, diarios impresos, radio y televisión), con qué frecuencia (en días a la semana y horas al día) y cuál era el nivel de confianza que le asignaban a la información política vista o escuchada en esos medios.

Al consultar a los estudiantes de la muestra acerca de la frecuencia con que consumieron noticias del ámbito político en medios de comunicación tradicionales durante el periodo de la última semana, se observó que los diarios digitales y portales fueron la opción preferente, en la medida que los días a la semana utilizados para revisar estos medios son solo algunos menos que en Instagram, la red social más usada por estos jóvenes. Luego se ubicó la televisión, la cual fue una fuente de información política más frecuente por los estudiantes encuestados que Facebook, YouTube o Twitter, si se considera la suma de las respuestas “Todos los días” y “La mayoría de los días” del cuestionario (64% para la TV, contra 41% en Facebook y Twitter y 32% en YouTube). Finalmente, la radio y los diarios impresos fueron los medios tradicionales menos consumidos por los jóvenes de la muestra, ya que la mayoría de estos declaró no haber visto o escuchado noticias del ámbito político en estos durante la última semana. Los datos pueden apreciarse en el Gráfico 10, a continuación:

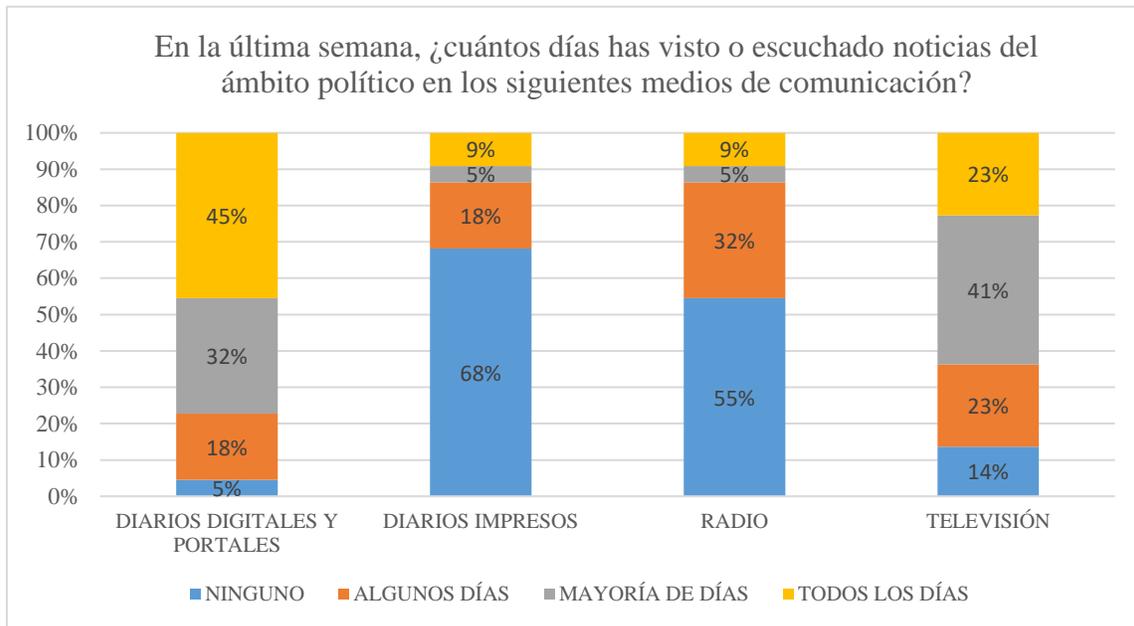


Gráfico 10

En cuanto al número de horas al día que invirtieron los jóvenes de la muestra para consumir información política en medios tradicionales durante la última semana (Gráfico 11), la mayoría (55%) se informó más de una hora diaria en diarios digitales y portales, y un 45% en televisión, lo cual supera las horas diarias promedio que usaron para informarse en cada una de las redes sociales digitales. Por otra parte, el tiempo empleado en diarios impresos y radio, por quienes consumen esos medios, tendió a ser bajo y, solo en unos pocos casos, superó la hora diaria:

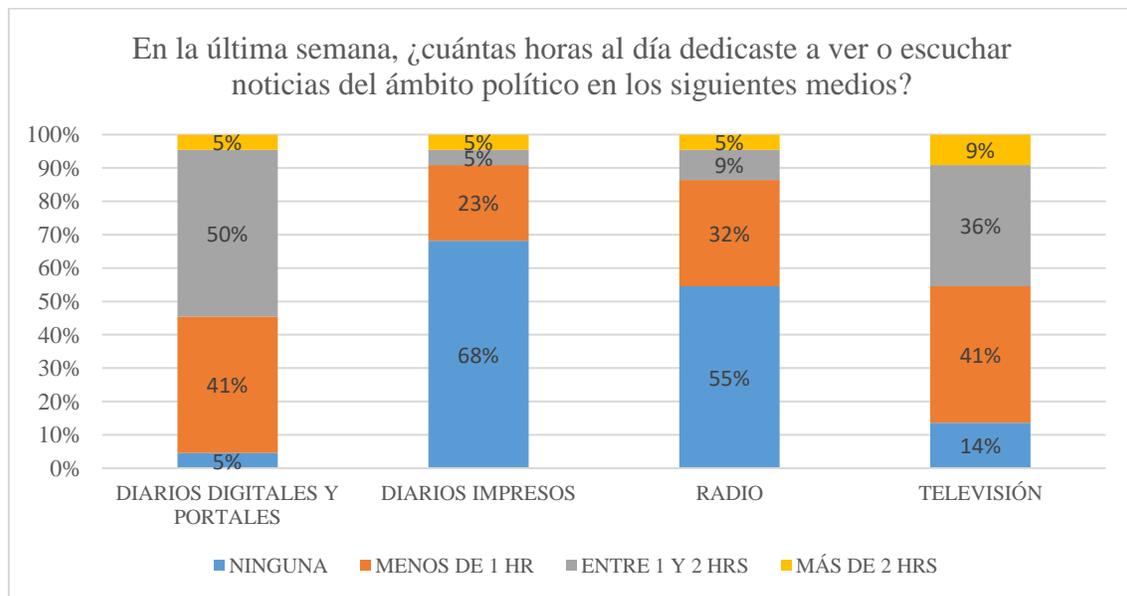


Gráfico 11

Al momento de cruzar los resultados del Gráfico 10 con ciertas variables sociodemográficas, no fue posible concluir variaciones significativas en las dinámicas de consumo de información política de los estudiantes de la Universidad de Chile, en medios de comunicación tradicionales, en cuanto a género, edad e ingreso socioeconómico, como se puede reparar en la Tabla 3. Quizás se pueden apreciar diferencias leves en el consumo de radio. En especial, en la baja escucha de ese medio en el tramo Alto de ingresos, aunque un análisis en detalle no permite correlacionar ese indicador con otras variables como género o tramos etarios; y en el aumento de consumo radiofónico en el segmento etario de 26 a 29 años. Pero, para ambas observaciones, la falta de volumen de casos no permite establecer algún tipo de generalización mayor.

Vieron o escucharon noticias del ámbito político al menos un día de la última semana (medios tradicionales)								
Variables	Género		Edad			Tramo por ingreso de hogar		
	Hombres	Mujeres	18-21 años	22-25 años	26-29 años	Alto	Medio	Bajo
Diarios digitales y portales	91%	100%	90%	100%	100%	88%	100%	100%
Diarios impresos	36%	27%	30%	29%	40%	38%	27%	33%
Radio	55%	36%	40%	43%	60%	25%	55%	67%
Televisión	91%	82%	90%	86%	80%	75%	100%	67%
Total muestra	11	11	10	7	5	8	11	3

Tabla 3

Finalmente, sobre la pregunta por el nivel de confianza que los estudiantes de la muestra le asignaban a la información política que vieron o escucharon en medios de comunicación tradicionales, expresado en una nota de 1 a 7, el Gráfico 12 señala que, en promedio, existe una mayor confianza hacia las noticias del ámbito político que consumieron en estos medios en comparación a lo visto o escuchado en las redes sociales digitales.

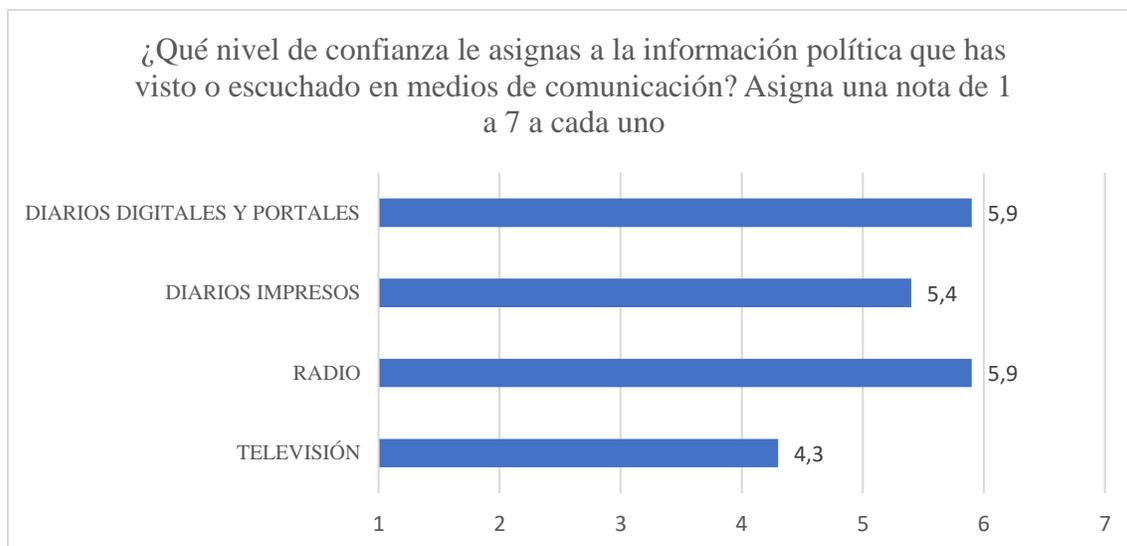


Gráfico 12

La única salvedad se expresa en la televisión, a la cual se le asigna una evaluación más baja que en los casos de la información en Instagram (4,9), Twitter (4,8) y YouTube (4,7), y solo supera a Facebook (4,1). En tanto, los diarios digitales y portales y la radio son los medios que reflejan una mayor confianza, seguido de los diarios impresos.

No obstante, al cruzar los datos según quienes consumieron información política en estos medios de comunicación al menos un día de la última semana (Gráfico 13), se observa una diferencia significativa en la nota asignada a los diarios impresos entre quienes sí se informaron (6,2) y quienes no lo hicieron (5,1). En cuanto a los otros medios, no existe una variación mayor.

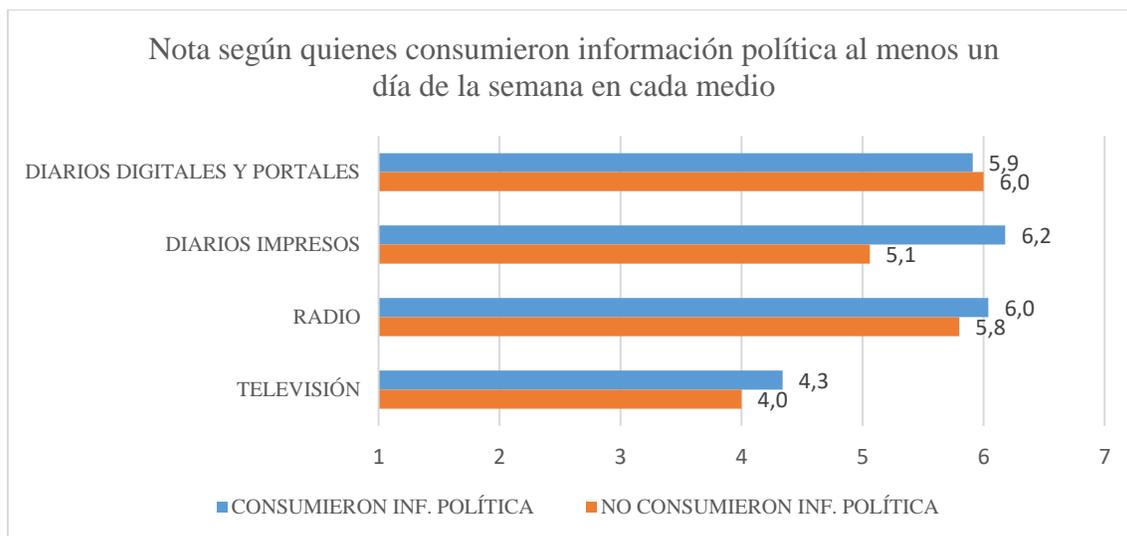


Gráfico 13

Al desagregar las calificaciones a la confianza en la información política en medios tradicionales según determinadas variables sociodemográficas (Tabla 4), no se advierten, en general, variaciones significativas. Solo se aprecia que, en promedio, las mujeres tendieron a evaluar con una nota más alta a estos medios que los hombres, lo cual se distingue especialmente en el caso de los diarios impresos. Asimismo, el segmento etario de 18 a 21 años entregó una mejor calificación que el de 22 a 25 años, lo cual se torna más notorio en la radio y la prensa escrita. Por último, respecto de la variable de identificación política, no se observan distinciones mayores al comparar las notas a cada medio con la muestra en su totalidad. Aunque, cabe reiterar que la muestra en sí ya cuenta con una inclinación bastante marcada hacia la identificación política de Izquierda y Centroizquierda.

Nota a confianza en medios tradicionales según variables sociodemográficas							
Variabes	Género		Edad			Id. Política	
	Hombres	Mujeres	18-21 años	22-25 años	26-29 años	Izquierda	Total
Diarios digitales y portales	5,8	6,1	6,1	5,7	5,8	5,9	5,9
Diarios impresos	5,1	5,8	5,8	4,9	5,4	5,6	5,4
Radio	5,8	6,1	6,3	5,2	6,1	6	5,9
Televisión	4,0	4,5	4,6	4,1	3,9	4,1	4,3
Total muestra	11	11	10	7	5	16	22

Tabla 4

Hallazgos:

- Los medios de comunicación tradicionales más usados por los jóvenes encuestados para consumir información política en la última semana fueron los diarios digitales y portales y la televisión. En promedio emplearon más horas diarias para informarse en estos medios que en todas las redes sociales digitales. Por otra parte, la mayoría de los casos señaló no haber visto o escuchado noticias de política en diarios impresos o radio, y, quienes sí lo hicieron, dedicaron pocas horas al día a ello.
- No fue posible establecer diferencias significativas al desagregar los datos de frecuencia de consumo de información política en medios tradicionales, por parte de los estudiantes de la U. de Chile, según variables de Género, Edad y Tramo por ingreso del hogar.
- Los jóvenes encuestados le otorgaron, en general, una mejor evaluación al nivel de confianza a las noticias de política consumidas en los medios de comunicación

tradicionales, en comparación a lo visto o escuchado en redes sociales digitales, salvo el caso de la televisión, que solo superó a Facebook.

- Se observa una variación significativa en la nota entregada por confianza a la información política de los diarios impresos, ya que tiende a ser mayor entre quienes sí vieron noticias de ese ámbito en estos medios en la última semana (6,2), respecto de quienes no lo hicieron (5,1).
- Las mujeres mostraron un poco más de confianza en las noticias de política presentes en los medios tradicionales que los hombres, con una diferencia mayor en diarios impresos. Lo mismo ocurrió con la evaluación del segmento etario de 18-21 años, en comparación a los otros segmentos, con énfasis en mejores notas a radio y prensa escrita.

8.3. Dinámicas de consumo de información: análisis cualitativo de fuentes de información de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.

En esta sección se analizarán cualitativamente los códigos deductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a ‘Dinámicas de consumo de información’, en particular los fragmentos que abordan las fuentes que indicaron haber utilizado los estudiantes encuestados de la muestra para informarse del cambio constitucional en Chile. Dentro de las fuentes de información consultadas a estos jóvenes, se tomaron en cuenta las cuatro redes sociales digitales contempladas para la investigación (Facebook, Instagram, YouTube y Twitter), medios de comunicación tradicionales (diarios digitales y portales, diarios impresos, radio y televisión) y a través de conocidos o comunicación presencial.

Frente a la pregunta por la principal fuente para informarse sobre el cambio constitucional en Chile (Gráfico 14), el medio más mencionado por los casos de la muestra fueron las redes sociales digitales, tanto en primera mención como en el total de menciones. La comunicación presencial también es señalada recurrentemente, aunque, como se explicará más adelante, esta alternativa fue afectada claramente por la pandemia de Covid-19. Finalmente, los medios de comunicación tradicionales aparecen como la segunda mención más frecuente, aunque también es la menos indicada dentro de las tres.

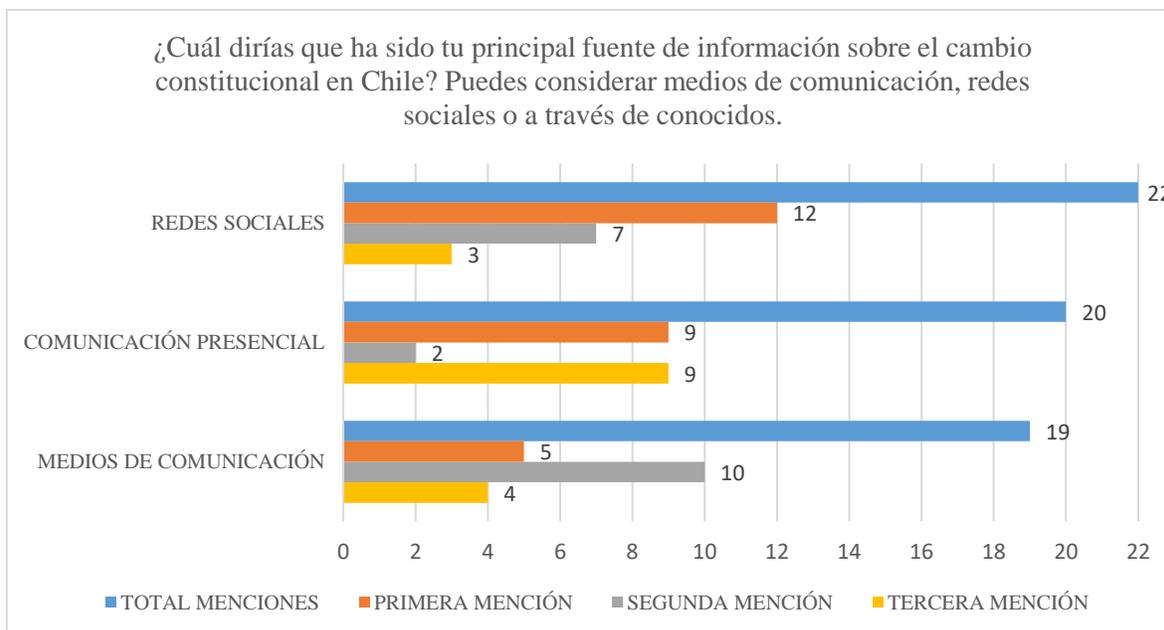


Gráfico 14

En el ámbito de las redes sociales digitales, la plataforma más mencionada como fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile fue Instagram (18 veces). Al interior de esta, existe un grupo de estudiantes que se identificaban con la opción Apruebo para el plebiscito de octubre 2020, quienes indicaron seguir en Instagram tanto a páginas de medios tradicionales y alternativos (con una clara tendencia política) como de los comandos de campaña de los partidos políticos por el Apruebo. Por ejemplo, el **caso #3, hombre, 20 años, campus Juan Gómez Millas**, afirmó que “(la red social) que más me ha invadido de información, que más me ha nutrido o mostrado aristas del proceso ha sido Instagram, Sí o sí, Instagram”. Dentro de las páginas que seguía ahí, indicó los medios alternativos Piensa Prensa y Capucha Informa, los cuales dijo contrastar informativamente con el diario La Tercera, y los comandos Chile Digno y Que Chile Decida. Asimismo, el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, aseveró que su principal fuente de información era “lamentablemente redes sociales, porque sé que no es muy confiable, pero igual intento darme cuenta de eso y seleccionar la información”. Dentro de su selección de páginas informativas seguidas, mencionó Radio Villa Francia y los medios tradicionales Radio Bio-Bio, Radio Cooperativa y CNN Chile. Por último, el **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, expresó que, si bien la universidad había sido la fuente primordial sobre “la materia pura y dura” de la Constitución, “la forma en la que se está abordando la campaña de ambas, sí recibo esa información a través de redes sociales”. Ella expuso que seguía en Instagram páginas informativas tanto de medios tradicionales (T13 y Mega), como

alternativos (Radio Villa Francia y Capucha Informa), y también de la opción Apruebo, como el comando Chile Digno o páginas con personajes famosos a favor de esta alternativa.

Aunque, hubo estudiantes que, más que seguir deliberadamente páginas de medios de comunicación tradicionales o alternativos, o abanderadas por el Apruebo, se enteraban en Instagram de información sobre el cambio constitucional en Chile principalmente a través de sus contactos. Por ejemplo, el **caso #4, hombre, 21 años, campus Antumapu**, dijo que se ponía al corriente de hechos relacionados al estallido social por conocidos que asistían a las marchas y difundían contenido al respecto y, a partir de ahí, se informaba más: “veía Instagram, lo que publicaba la gente que yo conocía, veía las noticias, después me metía a Twitter, leía los comentarios, después veía Facebook, todo lo que encontraba”. En tanto, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, afirmó que, en general, no seguía páginas informativas, pero prácticamente todos sus contactos publicaban contenido relacionado al cambio constitucional en Chile. “Entonces, ahí me llega mucha información. Y, en general, es del diario El Ciudadano o de La Izquierda Diario. También, a veces, me sale Teletrece o cosas así. Y lo otro sí son páginas de *memes*, como 'La UC Rechaza' o 'Jóvenes por el Apruebo'”, indicó.

Luego, Twitter fue la segunda más mencionada por los estudiantes encuestados como fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile (10 veces). Es decir, se confirma la noción de que esta red social cumple un rol eminentemente político para sus usuarios. En particular, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, afirmó que, si bien la TV fue una fuente de información central para las noticias sobre el proceso formal del plebiscito, “con respecto a campañas y el tema de los futuros constituyentes, de las materias que se debiesen tratar en la Constitución, (fue), fijo, Twitter”. A su vez, el **caso #12, mujer, 21 años, campus Juan Gómez Millas**, expresó que su principal fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile fue Twitter. Dentro de esta red social digital, ella aseveró que “noticias me salen poco. Normalmente me salen cosas de El Desconcierto. Pero, lo que más me sale, es de personas” que sigue y que suelen compartir contenido de campaña por el Apruebo. Finalmente, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, comentó que en el último tiempo utilizó bastante Twitter, a propósito de la contingencia política ligada a la campaña por el plebiscito, ya que “siento que es la red social más inmediata para informarse. Y, si bien no es tan representativa de la población, sí es muy importante para el activo político”, dijo.

Por último, las redes sociales digitales menos indicadas por la muestra como fuentes de información sobre el cambio constitucional en Chile fueron YouTube y Facebook (ambas con seis menciones). En cuanto a YouTube, uno de los usos más frecuentes tiene que ver con hacer búsquedas de contenido audiovisual para resolver dudas respecto de ciertos aspectos asociados al proceso constituyente. Por ejemplo, el **caso #1, hombre, 21 años, campus Beauchef**, quien consideró a YouTube como la fuente de información principal dentro de las redes sociales digitales, buscó charlas del abogado Fernando Atria para saber más sobre los su idea de los cerrojos de la Constitución. Asimismo, el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloisa Díaz**, quien señaló a YouTube como su principal fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile, planteó que, cuando veía ciertos conceptos nuevos en el debate en redes sociales sobre la Constitución, recurría a YouTube para conocer más sobre dicho tópico: “Sigo algunos programas radiales en YouTube o, a veces, suben un resumen de programas televisivos, debates o podcasts. Y ahí hay profesionales, académicos, etc., que ahondan un poco más y abordan los temas con mayor profundidad”, explicó. Igualmente, cabe recalcar que algunos de los jóvenes encuestados declararon no utilizar YouTube para consumir información política, sino para otros ámbitos, como ver tutoriales, videos de música o de videojuegos y para entretenimiento en general.

Respecto de Facebook, el uso que se le da es más diverso, aunque algunos destacan el mayor contenido permitido por esta red social digital para seguir a páginas informativas o medios alternativos con textos o videos más extensos. En particular, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, quien afirmó que Facebook fue su principal fuente de información, dijo que seguía diarios digitales en Facebook (La Tercera, Emol, El Mostrador, El Ciudadano, The Clinic, El Desconcierto y Radio U. Chile) y los consumía principalmente ahí porque le aparecen mucho en el feed, ya sea por una publicación del mismo medio o porque contactos comparten la noticia. En tanto, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, si bien consideró a Facebook como “una plataforma que está en absoluto declive” y que la usaba para ver *memes*, aseveró seguir ahí portales independientes, como El Ciudadano y otros medios de prensa medioambientalistas, ya que esta red social digital les permitiría a estos “un mejor formato de texto escrito o subir videos de más larga duración”.

Pasando a la comunicación presencial, o a través de conocidos, cinco de los nueve casos encuestados que la mencionaron en primer lugar como fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile, sostuvieron que esta se dio de manera más relevante en la universidad. Por ejemplo, el **caso #10, hombre, 24 años, campus Antumapu**, acotó que la

información sobre este tema “la he sacado, más que nada, de conversaciones en la universidad, con familiares o conocidos”, y que, en el caso de su carrera, sus compañeros son “más conscientes”, en el sentido de ser críticos al sistema, a la par que los contenidos del aula están enfocados “en el sueldo de la gente, el derecho de agua, que es privada, y la mala alimentación de la gente”. Asimismo, el **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, afirmó que la fuente de información se daba tanto en el currículum como en el entorno estudiantil mismo. Ella cursó un ramo el primer año que abordó la discusión constitucional, donde “lo que hicimos fue analizar la Constitución, en palabras simples” y, en los últimos meses, su escuela había organizado conversatorios sobre diversas temáticas del cambio constitucional. Junto a ello, aseveró que, por su carrera, “todos mis amigos son súper metidos en política”, por lo que, “hablar del proceso constituyente, de todo lo que está pasando alrededor de eso, de si el Apruebo está haciendo verdaderamente una campaña, es una discusión que tengo con mis amigos todos los días”. En tanto, el **caso #20, hombre, 27 años, campus Juan Gómez Millas**, dijo que su principal fuente de información fue la universidad, ya que “estudio en JGM, en la Chile, y creo que los conocidos y amigos que uno tiene son sumamente politizados”, aunque reconoce que, por la pandemia de Covid-19, “el medio de comunicación es a través de redes sociales hoy día. Ha suplido un poco lo presencial”.

No obstante, hubo casos de estudiantes encuestados que también señalaron a la comunicación presencial como la principal fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile, pero escogiendo otras instancias distintas a la universidad, junto con esbozar un punto de vista más crítico hacia el entorno estudiantil. En particular, el **caso #8, mujer, 21 años, campus Andrés Bello**, indicó que, si bien la información sobre el proceso la sacó principalmente analizando reformas constitucionales y legislativas en otros países, para una pasantía en un centro de estudios, “las mismas clases de la universidad son instancias para aprender” sobre ámbitos como el laboral y la seguridad social, ya que estas “son, a la vez, tan políticas, y hay que hacer tantos cambios a través de las leyes, porque hay gente que se aprovecha del sistema, o los bancos o entidades grandes que tienen poder”. Sin embargo, ella descartó conversar sobre estos temas con sus compañeros, “porque mis compañeros están todo el día publicando nueva Constitución, participan en cabildos, están súper metidos en esto. En cambio, yo trabajo para una nueva Constitución, pero no me informo respecto a esto aquí en Chile”, acotó. Por otro lado, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que recurrió más a conocidos de confianza para recopilar información relativa al cambio constitucional, ya sea porque militaban en partidos o dominaban aspectos de la Constitución, pero no necesariamente que fueran de su carrera. Incluso, explicó que en

su facultad la participación estudiantil se encontraba disminuida y, en general, no se discutía mucho sobre el proceso constituyente en instancias como asambleas: “somos algunos locos como yo y gente muy *ultrona*, muy de extrema izquierda. Entonces, al final, son de los que 'no voto, me organizo'. Nunca se habla del proceso, más allá de un: 'esto es un engaño burgués'. Y ese es el mantra, y no se va a discutir mucho más allá de cuáles son las ganadas efectivas que se puedan tener”, relató.

Ahora bien, como se dijo anteriormente, la comunicación presencial de los estudiantes de la Universidad de Chile se vio claramente afectaba a raíz de la pandemia por Covid-19. De hecho, de los nueve casos que la mencionaron en tercer lugar como fuente de información, siete justificaron que esta instancia bajó a causa de la suspensión de clases y medidas sanitarias. Una situación especial le ocurrió al **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, quien ingresó a estudiar en 2020 y, hasta la fecha de la entrevista, no había tenido clases presenciales, por lo que el contacto con sus compañeros era solo virtual. En tanto, el **caso #3, hombre, 20 años, campus Juan Gómez Millas**, declaró que la interacción con sus compañeros de universidad era una fuente de información, aunque “obviamente, en este último tiempo, por el tema de la pandemia, por las distancias, están más mermados estos espacios de conversación”. Por último, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, puntualizó que “ese factor presencial, ahora durante la pandemia, que no ha estado, se ha visto súper reflejado en la cantidad de contenido que la gente comparte en las redes sociales, sobre todo en Instagram”, ya que, cuando él ingresaba a esa red social digital, veía una “avalancha de información” sobre el cambio constitucional, y eso lo podía explicar precisamente por la falta de un canal de comunicación más directo.

Finalmente, los medios de comunicación tradicionales fueron considerados por los estudiantes encuestados fundamentalmente como una fuente secundaria, debido a que tuvieron más menciones en el segundo lugar respecto de la información proporcionada sobre el cambio constitucional en Chile. Dentro de estos, destacaron los diarios digitales y portales (13 menciones en total) y la televisión (12 en total) como los más consumidos. En relación a los primeros, su preferencia puede ser explicada principalmente porque muchos de estos jóvenes siguen sus cuentas en sus redes sociales digitales e ingresan a ellos desde ahí, ya que rara vez visitan directamente los sitios web de estos medios digitales. Un ejemplo ya abordado fue el del **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, quien afirmó consumir noticias de varios diarios digitales porque le aparecían regularmente en Facebook: “de hecho, no es como que me meta a la página del diario, sino que me salen cosas en el

feed”, confirmó. Twitter también suele ser un espacio para ver informaciones en estos medios, como aseveró el **caso #12, mujer, 21 años, campus Juan Gómez Millas**, para quien las redes sociales digitales fueron su principal fuente, pero “de redes sociales, a veces, hay alguna noticia de medios de comunicación, como Cooperativa o CNN Chile”. En Instagram, en tanto, como ya se dio cuenta anteriormente en los **casos #5 y #11**, se siguen medios tradicionales, pero también medios alternativos. Muchas veces, la complementariedad de fuentes entre portales tradicionales y alternativos era explicada por la desconfianza que les generaba a ciertos estudiantes de la muestra una cierta tendencia política marcada de los primeros. Para el **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, “muchos entendemos que ciertos diarios y ciertas radios tienen una tendencia política, y es por eso que, de repente, soy muy cuidadosa con qué diario leo o con qué portal leo, porque muchas son *fake news*. O sea, yo en lo personal, creo que Emol y, de repente, hasta Radio Bio-Bio, caen en este juego de las *fake news*”. Y, si bien admitió que los medios no convencionales, como Capucha Informa, también “juegan mucho con las *fake news*” y están “súper politizados”, le dan “hasta cierto punto, más confianza, que lo que dice, por ejemplo, El Mercurio”.

En cuanto a la televisión, el contexto de consumo de este medio de comunicación suele ser más variado. Por ejemplo, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, indicó que ve el canal 24 Horas de TVN “cuando tengo una duda (sobre una noticia), y en Instagram me dan información cruzada. Digo: ‘ya, esperaré a ver yo misma lo que dijeron’”. Por su parte, el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, afirmó que solo ve TV con su familia “mientras tomamos once, y vemos las noticias y las comentamos”, a la par que el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, dijo que veía habitualmente el noticiero de Chilevisión con su pareja, para informarse de contingencia política. Por otro lado, existen casos que manifiestan ver contenido de televisión relacionado al cambio constitucional a través de YouTube. Uno de estos, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, expresó que esta red social digital le recomendaba programación política de Chilevisión (como debates de políticos en el matinal) y de CNN Chile (el programa Tolerancia Cero): “son noticias más generales, que tratan de todo. De repente hay cosas sobre el Apruebo, las elecciones, o comentan hechos como la marcha de ayer y cómo eso afecta lo que está pasando. Pero videos más informativos, en ese sentido, en YouTube”. Cabe señalar que también existe desconfianza en muchos de los casos entrevistados hacia este medio de comunicación. En particular, el **caso #1, hombre, 21 años, campus Beauchef**, si bien admitió haber visto noticias en televisión, no la consideró una fuente de información, ya que calificaba su contenido como “basura sensacionalista”.

Por último, los diarios impresos y la radio se mencionaron en menor medida por la muestra como fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile, y su consumo estaba más vinculado a hábitos personales que a una relación con las redes sociales digitales. Por ejemplo, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, aseveró que las primeras semanas posteriores al acuerdo político que posibilitó el plebiscito por la nueva Constitución, recurrió a diarios impresos como El Mercurio o La Tercera: “Había muchas cosas que no tenía muy claras, y que la gente todavía especulaba, y me metí a medios que claramente iban a tener muchas lecturas. Diarios clásicos”, acotó. En tanto, el **caso #9, mujer, 26 años, campus Andrés Bello**, expresó que “en el cotidiano, escucho la radio. A veces, la Radio USACH o la Radio Universidad de Chile” y que, cuando quedaba sonando, le tocaba consumir programas de política o propaganda llamando a votar para el plebiscito o explicando las diferencias entre Convención Constituyente y Convención Mixta.

Hallazgos:

- La principal fuente de los estudiantes entrevistados para informarse sobre el cambio constitucional en Chile fueron las redes sociales digitales. La comunicación presencial también significó un canal importante, aunque se vio afectada por la pandemia de Covid-19. En tanto, los medios de comunicación tradicionales jugaron un rol informativo, aunque más bien secundario respecto de los otros dos.
- Dentro de las redes sociales digitales, Instagram fue la más utilizada para recibir información sobre este tema. Hubo un grupo importante de jóvenes de la muestra que frecuentemente declararon seguir en esta plataforma contenido informativo, tanto de medios digitales tradicionales como alternativos, y de páginas ligadas a la campaña de la opción Apruebo. Por otra parte, había quienes no seguían ese tipo de contenido, pero, por el mismo aumento de flujo informativo sobre el cambio constitucional en Instagram en el último tiempo, recibían este tipo de publicaciones de parte de sus contactos.
- La segunda red social más mencionada para informarse sobre el proceso constituyente fue Twitter, lo que confirma que cumple un rol eminentemente político para sus usuarios. YouTube y Facebook ocuparon el último lugar, la primera con una utilización de los estudiantes para resolver dudas sobre el cambio constitucional a través de contenido audiovisual; y la segunda con acciones más diversas, aunque algunos casos destacaron la posibilidad de ver contenido informativo más extenso en esa plataforma.

- En relación a la comunicación presencial, la fuente de información principal sobre el cambio de Constitución fue la misma universidad, ya sea a través de los contenidos vistos en clases, charlas o la mera conversación entre compañeros y amigos. Aunque hubo algunos casos que no compartían la posición política particular del entorno estudiantil, ya sea porque estaba demasiado cargado hacia el Apruebo para su posición personal o, bien, porque predominaba una postura crítica hacia esta opción para el plebiscito desde un estudiantado más politizado y “de ultraizquierda”. Por otra parte, la pandemia de Covid-19 afectó en buena medida el canal presencial, en especial por la suspensión de clases presenciales en la universidad.
- Por último, sobre los medios de comunicación tradicionales, los diarios digitales y portales primaron como alternativa para informarse sobre el cambio constitucional en Chile, pero fundamentalmente porque los estudiantes de la muestra afirmaron seguir estos medios en sus redes sociales digitales (Facebook, Instagram y Twitter), ya que rara vez ingresaban directamente a sus sitios web. Aunque, junto con seguir portales de medios tradicionales, estos jóvenes complementaban la información con medios alternativos, porque aseguraban desconfiar de la postura política de los primeros y se sentían más identificados ideológicamente con los segundos.
- Por otra parte, la televisión fue consumida en contextos más variados, como instancias con familiares o cercanos, o viendo noticieros directamente para contrastar información con lo visto en redes sociales digitales. Asimismo, algunos casos vieron programación política televisiva solo porque se la recomendaba o la buscaban en YouTube. No obstante, hubo estudiantes que no veían TV o, si bien lo hacían, no la consideraban una fuente de información, debido a la desconfianza que les generaba. Finalmente, los diarios impresos y la radio tuvieron pocas menciones como fuentes, ya que no tenían vinculación con redes sociales digitales y su uso estaba más ligado a los hábitos personales de cada joven.

8.4. Dinámicas de consumo de información: análisis cualitativo del *feed* y *feedback* de la muestra en redes sociales sobre el cambio constitucional en Chile.

En esta sección se examinarán cualitativamente los códigos deductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a ‘Dinámicas de consumo de información’, en particular los fragmentos que abordan el contenido sugerido en el *feed* de las redes sociales digitales de los estudiantes encuestados de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile, y cómo ellos lo retroalimentaron (*feedback*) a partir de interacciones en las publicaciones, como clics,

búsquedas o reacciones. Es decir, mediante este análisis, será posible determinar el tipo de publicaciones sobre el proceso constituyentes que más les llamaron la atención a estos jóvenes en su *feed*, a partir de la selección elaborada para ellos por los algoritmos de cada red social digital, y qué tan plural era ese contenido, en términos de cuánto de lo mostrado correspondió a la opción Apruebo o Rechazo para el plebiscito de 2020. Junto a ello, se describirán las interacciones que los estudiantes de la muestra realizaron respecto de esas publicaciones, como clics a enlaces, reacciones (‘me gusta’, ‘me divierte’, *retweet*, compartir, comentar, entre otras) o hacer nuevas búsquedas en las redes sociales digitales con base en lo visto en primer lugar. Así, se podrá identificar cómo estos jóvenes se apropiaron del *feed*, o lo redefinieron, mediante el uso de estas plataformas digitales, en un proceso circular de interacción en la interfaz entre el usuario y la máquina.

La primera pregunta que se le hizo a los sujetos entrevistados fue solicitarles describir las publicaciones sobre el cambio constitucional en Chile que más les llamaron la atención de lo visto en el último tiempo en sus *feed* de Facebook, Instagram, YouTube y Twitter. Sobre la base de esas respuestas, fue posible sacar diferentes observaciones. Una que marcó una diferencia significativa fue la falta de pluralidad política en el *feed* de redes sociales digitales de los estudiantes de la muestra en relación a las opciones de voto para el plebiscito de 2020, ya que todos los casos declararon haber visto, por amplia mayoría, más contenido propagandístico asociado al Apruebo, ya sea por cuentas que seguían o contactos que lo compartían. De hecho, frente la consulta específica de cuál era el porcentaje de publicaciones vinculadas al Apruebo y al Rechazo que le aparecían en su *feed*, las respuestas de estos jóvenes promediaron un 84% para la primera alternativa y solo 16% para la segunda. No obstante, esta distancia podría ser aún mayor si se considerará solo contenido genuinamente a favor del Rechazo, ya que, dentro de ese 16%, para muchos casos lo visto sobre esa campaña tenía como fuente a un contacto que compartía esa información, ya fuera para refutar una consigna o meramente para burlarse de ella. Ahora bien, esta pregunta, que fijó porcentajes específicos de aparición en el *feed* a cada opción de voto para el plebiscito, solo se aplicó a 12 de los sujetos entrevistados, a partir del caso #11, por lo que las cifras no se pueden generalizar al total de la muestra. Pero, aun así, las respuestas de los casos desde el #1 al #10 no difieren mucho respecto de los encuestados posteriores. Esto debido a que también mencionaron recibir poco o nulo contenido sobre el Rechazo y, cuando aparecía, era fundamentalmente como crítica o burla.

Para comprender las razones detrás de la falta de pluralidad en los *feed* de redes sociales

digitales de estos estudiantes sobre las opciones para el plebiscito de 2020, es importante esgrimir la composición parcializada de la muestra en cuanto a identificación política. Esto porque, como se detallará en el capítulo siguiente, sobre las opiniones de estos jóvenes acerca del cambio constitucional en Chile, de los 20 casos que afirmaron adherir a los sectores políticos de Izquierda o Centroizquierda, todos manifestaron que votarían por el Apruebo. Además, de estos 20 sujetos, al menos 15 declararon seguir cuentas en sus redes sociales que apoyaban explícitamente a esta opción de voto, pero ninguna a favor del Rechazo. Dentro de dichas cuentas, predominaron en las menciones las vinculadas a los comandos Que Chile Decida y Chile Digno (en las cuatro redes sociales) y, en Instagram, páginas informativas (como Derecho Fácil), de corte más lúdico sobre personalidades a favor del Apruebo (por ejemplo, ‘Chayanne Constituyente’) o de ilustradores que adherían a esta alternativa. En Twitter, en particular, indicaron seguir a parlamentarios o autoridades del Partido Comunista (Camila Vallejo y Daniel Jadue) o del Frente Amplio (Giorgio Jackson, Gabriel Boric, Jorge Sharp y Gael Yeomans), o activistas feministas, ambientalistas y/o de disidencia sexual y abogados constitucionalistas (Fernando Atria y Jaime Bassa) que apoyaban el Apruebo.

En tanto, otros tres jóvenes, que también manifestaron que votarían por esta opción, aseveraron seguir cuentas por el Apruebo, pero también por el Rechazo. Esto se daba solo en Twitter, con políticos de centroderecha o derecha, como Sebastián Piñera, Mario Desbordes, José Antonio Kast o alcaldes oficialistas. Para los cuatro casos restantes de la muestra, el contenido político que les apareció en los *feed* de sus redes sociales digitales igualmente fue mayoritariamente adhiriendo al Apruebo, pero principalmente vinculado a contactos que lo compartían, lo que también se conoce como *exposición incidental a la información*. En los **casos #4** y **#20**, quienes respondieron en el cuestionario estar solo ‘algo interesados’ en política, expresaron que recibían el contenido de propaganda por el Apruebo por sus contactos en Instagram, y que, en general, estaban a favor de este. Por último, los **casos #8** y **#16**, las únicas jóvenes que no manifestaron adherir al Apruebo, dijeron que evitaban utilizar sus redes sociales digitales para informarse de política, pero aun así se exponían incidentalmente por sus contactos a opiniones solo a favor de la alternativa que resultó vencedora en el plebiscito de 2020.

En cuanto al contenido político vinculado al Rechazo que apareció en los *feed* de redes sociales digitales de los estudiantes entrevistados, como ya se señaló, lo más mencionado por los casos era verlo compartido por sus contactos a modo de refutación o burla. Asimismo, hubo tres sujetos de la muestra que dijeron haber visto publicidad de esta opción de voto en

sus redes sociales digitales, en particular en Facebook, Instagram y YouTube. Por ejemplo, el **caso #4, hombre, 21 años, campus Antumapu**, aseveró que “en Facebook me aparece últimamente mucha publicidad de páginas del Rechazo. Pero muchas. Y ahí le pongo que no me interesa. Pero yo encuentro que es como bien seguido. Así como varias veces a la semana”. Asimismo, el **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, acotó que le llegaba un 10% de contenido de esta alternativa en su *feed*, del cual lo principal era publicidad y recomendaciones en YouTube. Él se explicaba esto porque buscó los argumentos para rechazar la nueva Constitución en esta plataforma y “ahora estoy en un bucle en que YouTube me tira mucho contenido del Rechazo. Y como los sigo viendo, me siguen apareciendo”, puntualizó. Algo similar, aunque no relacionado específicamente a publicidad, le ocurrió al **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, quien, a pesar de adherir al Apruebo, indicó que “incluso, el 60% del contenido en cuanto a Constitución que me aparece en YouTube es del Rechazo. No entiendo qué pasó con el algoritmo ahí”, ya que, si bien acotaba que buscaba contenido político en esta red social digital, poco estaba relacionado a dicha opción de voto. Finalmente, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, comentó que le salía publicidad del Rechazo en Facebook, de la UDI o de organizaciones de Carabineros de Chile, y que solía hacer clic a los botones ‘no me interesa’ o ‘¿por qué veo este anuncio?’ (para averiguar el público objetivo de la publicación), o bien, “cuando sí son mensajes de odio o noticias falsas, yo las denuncio”, relató.

Pero no todo el contenido sobre el cambio constitucional en Chile que vieron los estudiantes entrevistados en sus *feeds* de redes sociales digitales estaba vinculado a propaganda a favor de una de las opciones de voto para el plebiscito de 2020. De hecho, 13 de los 22 casos consumieron noticias sobre el proceso constituyente en Instagram, Facebook o Twitter, a través de cuentas de diarios digitales y portales, sumando tanto medios tradicionales como alternativos. Dentro de los hechos informativos que más le llamaron la atención a estos jóvenes, se mencionaron, en una primera etapa, a aquellos relacionados a las medidas adoptadas para ejercer el sufragio en contexto de pandemia y los argumentos de los políticos para aprobar o rechazar una nueva Constitución. Luego, en el último mes de campaña, los temas se centraron en opiniones sobre la franja electoral, manifestaciones por demandas sociales o las marchas a favor del Rechazo, y aspectos procedimentales del plebiscito, como recomendaciones para ir a votar, selección de vocales de mesa y las discusiones para incluir a pueblos indígenas e independientes en una eventual Convención Constituyente. Por otra parte, como ya se mencionó previamente, YouTube fue una fuente para consumir noticias de televisión abierta. En particular, tres sujetos de la muestra reconocieron informarse sobre

ciertos hechos relativos al cambio constitucional en noticieros o programas políticos de TV que eran sugeridos en el *feed* de esta plataforma digital.

Estos clics a enlaces de diarios digitales y portales o a extractos de programación televisiva pueden considerarse, además, como una primera retroalimentación (*feedback*) por parte de los estudiantes entrevistados a las publicaciones que los algoritmos de las redes sociales digitales les seleccionaron para su consumo. Pero, más que pinchar un enlace para salir de Facebook, Instagram, Twitter o YouTube hacia otro sitio web, estos usuarios señalaron que era más frecuente hacer clics dentro de las mismas plataformas, ya sea para ver más información o revisar los comentarios o *hashtags* en Twitter. El objetivo predilecto de los sujetos de la muestra fue el contenido de propaganda asociado al Apruebo, ya fueran infografías, ilustraciones o videos, aunque **los casos #7, #14 y #17** también declararon revisar ocasionalmente el material audiovisual del Rechazo que les sugería el *feed* de YouTube.

Otro elemento a considerar como retroalimentación fueron las búsquedas realizadas por los estudiantes en sus redes sociales digitales, ya que se conoce que esta acción aporta información a los algoritmos de estas plataformas para construir un perfil de preferencias de los usuarios. Al respecto, la interfaz más empleada para buscar contenido sobre el cambio constitucional en Chile fue YouTube, por 9 de los 22 casos entrevistados, a pesar de no haber sido considerada por estos como una fuente de información relevante sobre este tema (sección 8.3). Como se dijo anteriormente, el uso más frecuente de esta plataforma por parte de estos jóvenes fue buscar videos explicativos que resolvieran dudas sobre el proceso constituyente, lo cual fue hecho por seis de ellos. A los testimonios de los **casos #1 y #7**, ya mencionados previamente, se pueden sumar los ejemplos del **#10 y #17**, quienes últimamente declararon haber investigado en YouTube sobre temas como el derecho al agua y el sistema previsional en Chile. En cuanto a los resultados que aparecieron de esas búsquedas, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, dijo: “vi cosas, la mayoría, desde el punto de vista ecológico. No me dirigió a una organización particular, sino que me dio más enlaces educativos. De hecho, pienso que estaban hechas pensando en mostrarlo en una clase de colegio. Como: 'así es como funciona el sistema privado de agua en Chile'". Asimismo, el **caso #10, hombre, 24 años, campus Antumapu**, accedió a “un documental de las causas y las consecuencias de tener un modelo (previsional) así. No sé si era tan verídica, pero había cosas que toda la gente sabía. Como la plata, dónde se encuentra, quién la tiene, qué hacen con ella, y las pensiones de la gente jubilada, que gana 100 lucas mensuales, todo eso. Más

que un documental, era un cortometraje”, comentó. Ahora bien, ninguno de los dos casos pudo recordar el autor o autores de esos videos.

Por otro lado, hubo tres sujetos de la muestra que aseveraron haber buscado contenido contraactitudinal en YouTube, de políticos o personalidades de derecha o a favor del Rechazo. Al **caso #14**, ya detallado, se suma el **caso #3, hombre, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, quien vio en esta interfaz la participación del alcalde de Las Condes, Joaquín Lavín, en el programa Tolerancia Cero de CNN Chile, y explicó que quiso ver aquello porque “todos sabemos que Lavín, a través de su risita, está llevando a harta gente para su lado. Es un fuerte candidato oculto y hasta el día de hoy no lo reconoce”, además de que, en sus redes sociales, se compartió mucho la cita de este político declarándose “socialdemócrata”. “Entonces dije, ya, quiero ver la cuestión completa para *cachar* cómo se llegó a eso. Por qué él vino a decir que era socialdemócrata”, formuló. Igualmente, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, expresó que buscaba en ocasiones en esta plataforma audiovisual a figuras pro Rechazo, en particular de “cosas que, quizás, me dan un poco de rabia, como Teresa Marinovic diciendo que se va a convertir en *Chilezuela*, o el diputado Diego Schalper”, aunque también justificó esta acción en “estar consciente de cuáles son los argumentos del otro lado. Creo que, a veces, trato de sentirme no tan en una burbuja, pero termino reafirmando mi postura”.

Además de YouTube, hubo estudiantes de la muestra que ratificaron haber hecho búsquedas de información sobre el cambio constitucional en Chile en Twitter e Instagram. Por ejemplo, los **casos #6 y #12** mencionaron que buscaron clips de la franja electoral del plebiscito en la primera red social digital. A su vez, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, afirmó que recurría a cuentas de expertos que explicaran, en hilos de *tweets*, “ciertos aspectos constitucionales que pueden cambiar si es que se cambia la Constitución y cuál sería el impacto en el medioambiente”. En Instagram, en tanto, los **casos #9, #13 y #17** señalaron que recurrieron a esta interfaz para investigar sobre ciertos temas puntuales relativos al proceso constituyente, como los derechos a la vivienda y la educación en Chile, o artículos específicos de la Constitución de 1980. En cuanto a Facebook, ningún sujeto de la muestra indicó haber realizado búsquedas en dicha plataforma digital.

Por último, si bien algunas reacciones *online* específicas de los jóvenes entrevistados respecto de las publicaciones sobre el cambio constitucional (como dar *likes*, comentar o compartir) se profundizarán en el próximo capítulo (sección 9.3), se puede observar, para efectos de

caracterizar la retroalimentación al *feed* de las redes sociales digitales, que la interacción de los casos tiende a ser favor del contenido proactitudinal, más que criticando el contraactitudinal. Las reacciones más frecuentes son dar ‘me gusta’ y compartir, cuando se estaba a favor de ese contenido político, pero no tanto comentar. Mientras, cuando se trata de contenido en contra, la interacción se da en menor medida, pero se concentra en comentarios, compartir para refutar o burlarse o dar ‘me divierte’ en Facebook.

Hallazgos:

- El contenido sobre el cambio constitucional en Chile que más frecuentemente declararon ver los estudiantes de la muestra en sus *feeds* de redes sociales digitales se dividió principalmente en dos: propaganda oficial y material gráfico o audiovisual de independientes en apoyo a las opciones Apruebo o Rechazo; y noticias vinculadas al plebiscito de 2020, ya sea de diarios digitales y portales (de medios tradicionales o alternativos) seguidos en Instagram, Facebook o Twitter, o de noticieros y programación política de televisión abierta que les sugirió YouTube.
- En relación a la propaganda oficial o material de independientes, los 22 casos entrevistados afirmaron haber visto, por amplia mayoría, más contenido asociado al Apruebo en sus *feeds* de redes sociales digitales (por sobre el 80% para esa alternativa). Esta falta de pluralidad política asociada al plebiscito se puede explicar por una muestra claramente inclinada hacia el Apruebo (20 de 22 casos dijeron que ese sería su voto) y a exposición incidental a la información para los casos que manifestaron no adherir a esa opción o no seguir cuentas ligadas a esta.
- Del contenido asociado al Apruebo, en 18 casos llegaba por páginas en apoyo a esa alternativa de sufragio, como comandos de campaña o cuentas informativas, de corte lúdico e individuales. En Twitter, estos jóvenes indicaron seguir a políticos del Partido Comunista y del Frente Amplio, activistas feministas, ambientalistas y de disidencia sexual y abogados constitucionalistas, todos ellos a favor del Apruebo.
- En cuanto a las publicaciones vinculadas al Rechazo, los sujetos de la muestra expresaron que lo más recurrente era verlas, en sus *feeds* de redes sociales digitales, compartidas por sus contactos a modo de refutación o burla. Asimismo, unos casos dijeron que les apareció publicidad en respaldo a esta opción de voto en Facebook, Instagram y YouTube, mientras que otros seguían a políticos de centroderecha o derecha en Twitter.

- Pasando a la retroalimentación del *feed* por parte de los usuarios, los clics a enlaces más frecuentes sobre el cambio constitucional fueron a noticias de diarios digitales y portales o videos de programación de televisión abierta en YouTube.
- Respecto de las búsquedas en redes sociales digitales, YouTube fue la más utilizada, mayoritariamente para recurrir a videos explicativos que resolvieran dudas sobre el cambio constitucional en Chile. Igualmente, hubo algunos casos que aseveraron buscar contenido contraactitudinal en esa plataforma (de derecha o a favor del Rechazo), especialmente para conocer sus argumentos. Sobre otras interfaces, en Twitter se buscaron clips de la franja electoral o hilos de *tweets* de expertos y en Instagram se investigó sobre reformas específicas para la nueva Constitución.
- Finalmente, de las reacciones a publicaciones sobre el cambio constitucional en Chile, se pudo observar que los estudiantes de la muestra tienden a dar *like* y compartir contenido político proactitudinal y, en menor medida, a comentar el contraactitudinal, o bien compartirlo para refutarlo o burlarse.

Capítulo 9: Descripción del impacto de las dinámicas de consumo de información de la muestra en sus opiniones e interacciones sociales sobre el cambio constitucional en Chile.

En este capítulo se buscará responder al segundo y tercero de los objetivos específicos de la investigación, referentes a describir cómo las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile en las redes sociales digitales afectaron su opinión y sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en el país o, en otras palabras, si dichas dinámicas actuaron como *medios* para la construcción de *formas* de sentido (en su dimensión *objetual* y *social*). Para ello, se efectuará un análisis de los resultados disponibles por las entrevistas semiestructuradas tomadas a la muestra, en primer lugar, para conocer su opinión sobre el proceso constituyente y cómo sus dinámicas de consumo de información impactaron en dicha opinión; y, segundo, observar cuáles fueron sus interacciones sociales *online* en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter sobre el cambio constitucional y de qué manera estas plataformas digitales influyeron en su interacción social *offline* sobre este tema.

En la primera sección, se examinarán los fragmentos de las entrevistas que abordan la opinión de los estudiantes de la Universidad de Chile sobre el cambio constitucional, con el propósito de identificar su intención de voto para el plebiscito de 2020 y los argumentos que esgrimieron para justificar su posición.

En la segunda sección, se analizarán los fragmentos de las entrevistas que describen el impacto de las dinámicas de consumo de información de estos jóvenes en su opinión sobre el proceso constituyente, tanto para formar la, como para confirmarla o modificarla, comparando lo visto o escuchado en redes sociales digitales, medios tradicionales y comunicación presencial.

En la tercera sección, se observarán los fragmentos de las entrevistas que abordan la interacción social *online* de los estudiantes de la Universidad de Chile sobre el cambio constitucional, es decir, las acciones que realizaron en sus redes sociales digitales sobre este tema, como publicar información, reaccionar a *posts*, participar de debates o eliminar, silenciar, ignorar o criticar a contactos por exponer opiniones contrarias a las suyas.

Por último, en la cuarta sección, se examinarán los fragmentos de las entrevistas que refieren

al impacto de las redes sociales digitales en la interacción social *offline* de estos jóvenes, en particular, aquellos que describen si estas plataformas los incentivaron a sumarse a instancias de participación ciudadanas vinculadas al proceso constituyente o a organizaciones políticas o sociales formales.

9.1. Impacto de dinámicas de consumo de información en opinión: análisis cualitativo de la opinión de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.

En esta sección se examinarán cualitativamente los códigos deductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a ‘Impacto de las dinámicas de consumo de información en la opinión’, en particular los fragmentos que abordan la opinión de los estudiantes entrevistados de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile. Es decir, se describirá, en particular, cuál fue la intención de voto que declararon estos jóvenes para el plebiscito de octubre de 2020 y cuáles fueron los argumentos que esgrimieron para justificar su elección. Además, en el caso de los que manifestaron adherir al Apruebo, se dará cuenta de cuáles fueron las reformas a la Constitución que más se mencionaron para implementar en una eventual nueva Carta Magna.

Respecto de la intención de voto expresada (Gráfico 15), todos los sujetos de la muestra que se identificaron con los sectores políticos de Izquierda y Centroizquierda dijeron estar seguros de que votarían Apruebo en el plebiscito de 2020. Un caso, que adhirió al Centro político, indicó que no tenía definida aún su decisión, mientras el otro, que no se identificó con ningún sector político, aseveró que tenía tomada la definición de sufragar por el Rechazo.

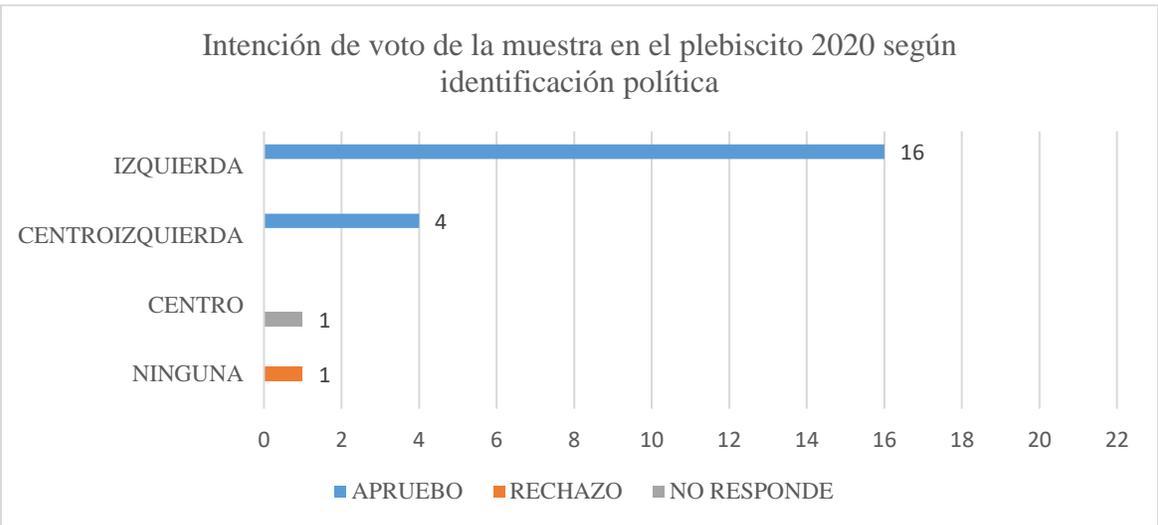


Gráfico 15

Dentro de los 20 casos que manifestaron su adhesión al Apruebo, las respuestas más recurrentes para justificar la necesidad de una nueva Constitución se basaron en: que la Carta Magna de 1980 sería un obstáculo para realizar reformas que garanticen derechos sociales (9 menciones), que poseería un carácter neoliberal, ya que restringiría el rol del Estado y favorecería a los privados (8 menciones) y que sería ilegítima, por cuanto fue creada por la dictadura militar (6 menciones).

En relación a la primera respuesta, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, por ejemplo, comentó que, durante su participación en política estudiantil, le impactó que “la Constitución siempre ha sido un tope”, ya que, “he visto, una y otra vez, que se han de declarado inconstitucionales cierto tipo de cambios”, como reformas a la educación o al Código de Aguas. Y, si bien afirmó estar “consciente de que una nueva Constitución no arregla estas cosas”, acotó que “este periodo ha sido de destrabar las trabas que la Constitución nos impuso, como los senadores designados, el binominal y, así, de a poco, se van cambiando las cosas”. Asimismo, el **caso #12, mujer, 21 años, campus Juan Gómez Millas**, aseveró que “si bien la Constitución ha sido reformada, tiene un montón de leyes de amarre, porque Jaime Guzmán la pensó precisamente para eso, para dejar amarrados los pilares de la sociedad neoliberal en esa Constitución. Y, al final, cualquier cambio que apunte hacia un Estado de bienestar, más que un Estado subsidiario, va a ser bloqueado constantemente”. Igualmente, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, señaló que, a pesar de que la actual Carta Magna tuvo reformas, como eliminar los senadores designados y reformar el sistema electoral binominal, “tiene aún una sobrerrepresentación de los grupos conservadores, a tal punto que cualquier intento de reforma que se ha impulsado en Chile, se ha parado a través del Tribunal Constitucional”.

En cuanto a quienes mencionaron el carácter neoliberal de la Constitución Política de 1980, el **caso #3, hombre, 20 años, campus Juan Gómez Millas**, profundizó en que esta “responde a las lógicas del mercado y del sistema neoliberal, el cual se ha visto durante 40 años que el desarrollo no es tan así como lo pintaban”. Esto debido a que, si bien aumentó la “economía circulante dentro del medio nacional”, también fomentó la concentración económica, ya que ayudó “a que los grupos empresariales se hicieran ricos a costa de bienes sociales y recursos naturales que, en el fondo, deberían servir para el desarrollo de los chilenos a nivel nacional”, argumentó. En la misma línea, el **caso #10, hombre, 24 años, campus Antumapu**, sostuvo que “la Constitución del 80, que fue creada por la dictadura

militar, provocó una ausencia del Estado con la gente, dándole mucha prioridad a las empresas privadas, en cuanto a riquezas y expropiación de recursos, empobreciendo a la gente, y todo lo que sabemos que ha desarrollado”. Por último, el **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, indicó que la actual Carta Magna tiene como foco “un Estado subsidiario que, al final, termina delegando casi todo al sector privado, para que siga lucrando y creciendo”, por lo que el desafío de la nueva Constitución sería consolidar “un Estado que sea más presente y termine garantizando derechos”.

Y, acerca de la justificación de ilegitimidad de la Constitución vigente, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, en particular, sostuvo que esta “se instaló a través de una dictadura que, entre comillas, hizo un plebiscito, pero las personas que rechazaron la Constitución fueron perseguidas”. En tanto, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, apeló a “una cuestión ética: no podemos vivir en democracia con una Constitución hecha en dictadura. Incluso, si la Constitución dijera lo mismo, es una cuestión casi simbólica”.

Otras respuestas esgrimidas por los estudiantes de la muestra con intención de voto por el Apruebo se vincularon con la falta de derechos sociales garantizados que habría en la actual Carta Magna; que tendría un carácter conservador, como en su concepto de familia, y que debería reconocer las demandas del movimiento feminista y de la diversidad sexual; y que la nueva Constitución habría sido una demanda ciudadana proveniente del *estallido social*, por lo que avanzar en esa reforma permitiría mantener un clima democrático.

Por otro lado, respecto del único caso que manifestó su intención de votar por el Rechazo, esta señaló que, al principio de las manifestaciones de octubre de 2019, consideraba que había causas muy justificables, pero que varió su postura porque:

“Como siempre, los partidos políticos se han metido un poco a meter mano dentro de esto. Y, también, no me daba mucha confianza el tema de que los grupos estén súper separados y que, al final, sí, hablan de una Constitución para todos, pero, por ejemplo, los ambientalistas o las feministas velan por su lado. Entonces, siento que, como no veo una unión, se va a hablar mucho del cambio y, al final, no va a cambiar nada. Porque también me da la sensación de que la gente no la ha leído (la Constitución), no se ha informado”. **Caso #8, mujer, 28 años, campus Andrés Bello.**

Asimismo, comentó que, para ella, los problemas expuestos por el estallido social pasarían más por de falta de fiscalización por parte del Estado y por temas culturales en Chile, como que la gente no estaría dispuesta a pagar más impuestos. Finalmente, aseveró que le parecía “un poco hipócrita el discurso que se dio, de: 'estamos protestando por el cambio de Constitución, pero vamos a Plaza Italia a romper todo y a que la gente no pueda vender”.

Por último, el **caso #8, mujer, 21 años, campus Andrés Bello**, quien no tenía definida aún su intención de voto para plebiscito de 2020, expresó que le parecía positivo el cambio constitucional, ya que “va a sentar las bases en democracia”, pero que, por su experiencia investigando sobre constituciones en otros países, le preocupaba que la garantía de derechos sociales pudiera fomentar la inmigración desregulada o “demandas contra el Estado chileno, porque no se asegura el acceso a la salud, a la educación, a la vivienda”.

Pasando a las reformas mencionadas para una eventual nueva Constitución, los estudiantes de la submuestra con intención de voto por el Apruebo para el plebiscito 2020 indicaron a la salud (17 menciones), la educación (15), las pensiones (13) y el agua (13) como los principales derechos sociales que el Estado debería garantizar. En particular sobre salud, estos jóvenes, en general, refirieron a que debía ser un derecho social garantizado, sin justificar mucho en detalle, salvo algunos que centraron su crítica en la brecha de calidad sanitaria entre el sistema particular de Isapres y el público de Fonasa. Por ejemplo, el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloisa Díaz**, señaló que la salud era “pésima”, ya que “mi familia se atiende en el sistema público de salud y es terrible. Yo lo he vivido. Y siento que, hoy en día, si uno no tiene plata, es súper difícil surgir. O, en las enfermedades, si uno no puede pagar una clínica privada, es súper complicado”, comentó. Asimismo, el **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, sostuvo que era necesario pasar de un Estado subsidiario a uno garante de derechos, porque “en salud, te garantizan el acceso, pero no el derecho a una prestación”.

Por otro lado, respecto de la educación, los estudiantes que profundizaron más sobre su opinión en este punto, pusieron más énfasis en las diferencias de calidad entre el sistema privado y el público, junto con la necesidad de fortalecer la educación pública y gratuita. El **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, relató que asistió a un liceo municipal durante su enseñanza básica y media y que, al ingresar a estudiar a la Universidad de Chile, notó la brecha en calidad educativa respecto de los colegios privados o particulares subvencionados: “creía que mi colegio municipal Bicentenario, que son de excelencia, era

súper bueno. Pero, al llegar a la universidad, me di cuenta de que no era ni la mitad de bueno que un colegio subvencionado que era malo. Entonces, lo principal debería ser que no solamente haya un acceso a la educación, sino que el nivel de calidad de la educación sea igual para todos y para todas”, planteó. Igualmente, el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, manifestó que era importante que la nueva Constitución estableciera que “la educación tiene que ser laica y estatal. Darle la importancia nuevamente a la educación pública, para dejar atrás las brechas educacionales que existen actualmente en nuestro país”, a la par que se debía garantizar que la enseñanza estatal fuera “gratuita, tanto para la educación básica, secundaria y superior”.

En cuanto a las pensiones, los sujetos que las mencionaron también pusieron el foco en el rol del Estado como garante de la seguridad social, por sobre los privados. El **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, afirmó que en Chile no existiría ese elemento: “existe el sistema de pensiones, existen las Isapres, pero el concepto de seguridad social, que incluye todo este tipo de seguros, no existe como tal”. A su vez, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, sostuvo que en la nueva Constitución se debe “dejar instalada la idea de que la seguridad social es una responsabilidad del Estado y no de los privados, y eso implica que no puedes dejar a la suerte del mercado las pensiones de la gente, salvo una miseria del pilar solidario”.

Por último, acerca del derecho al agua, los individuos que la mencionaron, especificaron la necesidad de que el Estado garantice el uso público de este bien, por un contexto de escasez hídrica y porque, actualmente, las grandes empresas tendrían mayor acceso al agua que el resto de la comunidad. Por ejemplo, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, expresó que “actualmente el agua no está asegurada para el consumo humano y eso es muy grave, porque, dado el cambio climático y todo lo que está ocurriendo ahora, hay personas que se están quedando sin agua y no están pudiendo obtenerla de ninguna forma, porque el agua está vendida, está entregada a agricultores, a mineras, etcétera”. En tanto, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, indicó que “estamos teniendo un conflicto sumamente grave, producto de la escasez hídrica que afecta a nuestro país. Y eso ha sido un conflicto, sobre todo, por la manera en que se tranzan en el mercado los derechos de agua, que permiten que las grandes empresas agroexportadoras o mineras tengan más acceso a los recursos hídricos que las comunidades”. Por ende, para él, si se declarara el agua como un derecho universal en la nueva Constitución, el actual Código de Aguas sería inconstitucional y debería derogarse o reformarse.

Es decir, a partir de las opiniones formuladas por los estudiantes de la submuestra con intención de voto Apruebo sobre salud, educación, seguridad social y agua, se puede observar que existe una percepción, en general, de concebir que la actual Constitución posibilitó un Estado subsidiario que permitió ciertas libertades a los privados, las cuales produjeron desigualdades en el acceso y calidad de ciertos derechos sociales, por lo que consideran fundamental que el Estado cumpla un rol en garantizar la igualdad en el acceso y calidad de dichos derechos sociales para toda la población. Esto se puede graficar también en que ocho casos de esta submuestra señalaron que la nueva Constitución debía avanzar hacia un Estado garante de derechos sociales. En particular, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, planteó que era importante la forma en que se determinarían los derechos en una nueva Carta Magna: “que no fuera a través de libertades, sino que fuera específicamente de derechos de acceso igualitario e, incluso, creo que me gustaría poner esa palabra”, acotó. Asimismo, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que se debía cambiar el modelo de derechos sociales del Estado subsidiario, ya que “no se garantizan derechos sociales, sino la libertad de elegir”, aunque puntualizó que “eso es falso, porque esa libertad de elegir se limita con la capacidad económica que cada persona tenga. Entonces, creo que tiene que pasar de un modelo subsidiario a un modelo garante de derechos”.

En menor medida, los jóvenes de esta submuestra mencionaron que la nueva Constitución debía garantizar también otras temáticas más particulares, como el reconocimiento de los pueblos indígenas o un Estado plurinacional (5 menciones), igualdad de género (3), derechos para la comunidad LGBT (3), y salud garantizada para discapacitados (2). Finalmente, hubo algunos casos que se inclinaron por reformas políticas al Estado, como restringir las atribuciones del Ejecutivo (3 menciones) o hacer reformas al Congreso (3), indicando tener un parlamento unicameral, reducir la cantidad de reelecciones o fijar escaños reservados para pueblos indígenas.

Hallazgos:

- En intención de voto para el plebiscito de 2020, todos los sujetos de la muestra que se identificaron con la Izquierda o Centroizquierda dijeron que votarían por el Apruebo (20 de 22 casos); uno, quien no se identificó con ningún sector político, afirmó que sufragaría Rechazo; y otro, identificado con el Centro, indicó que no tenía definida su elección.
- En la submuestra con intención de voto por el Apruebo, los argumentos más

recurrentes para justificar una nueva Constitución se basaron en que la Carta Magna de 1980 sería un obstáculo para realizar reformas que garanticen derechos sociales; que esta poseería un carácter neoliberal, ya que restringiría el rol del Estado y favorecería a los privados; y que sería ilegítima, por cuanto fue creada por la dictadura militar.

- Respecto de las reformas más mencionadas para incorporar en una nueva Constitución, los estudiantes de la submuestra por el Apruebo indicaron a la salud, la educación, las pensiones y el agua como los principales derechos sociales a garantizar por el Estado. También se apuntaron, en menor medida, demandas más particulares, como el reconocimiento de pueblos indígenas, igualdad de género, diversidad sexual o salud para discapacitados; o reformas al Estado, en especial para el Ejecutivo y el Congreso.
- Se puede inferir, por las opiniones de los jóvenes de esta submuestra sobre los cambios que debe incorporar la nueva Constitución, que perciben que actualmente existiría un Estado subsidiario que ha producido desigualdad en el acceso y calidad de ciertos derechos sociales, por lo que se debe avanzar hacia un Estado que garantice la igualdad en el acceso y calidad de derechos sociales.

9.2. Impacto de dinámicas de consumo de información en opinión: análisis cualitativo del impacto de redes sociales digitales y otros medios en la opinión de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.

En esta sección se examinarán cualitativamente los códigos deductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a ‘Impacto de las dinámicas de consumo de información en la opinión’, en particular los fragmentos que abordan el impacto de las dinámicas de consumo de información de los estudiantes entrevistados en su opinión sobre el cambio constitucional en Chile, comparando la información vista o escuchada en redes sociales digitales, medios de comunicación y comunicación presencial. Es decir, se describirá si, para estos jóvenes, el contenido político o informativo que consumieron en Facebook, Instagram, YouTube y/o Twitter los ayudó a formar su opinión sobre el proceso constituyente (la cual ya fue expuesta en la sección 9.1), o bien, tuvieron mayor relevancia para conformar ese juicio las noticias de los medios tradicionales (diarios digitales y portales, diarios impresos, radio y/o televisión) o conversar con otras personas cara a cara y/o participar de instancias colectivas de información y discusión. Asimismo, se referirá si, para dichos estudiantes, cada uno de estos canales sirvió más para confirmar o modificar sus creencias sobre este tema. Así, se

podrá determinar si las redes sociales digitales, los medios de comunicación tradicionales y la comunicación presencial impactaron como *medios* para la construcción de sentido de estos jóvenes en su *dimensión objetual*, en la medida que hayan fijado las condiciones de posibilidad para una determinada *forma* o punto de observación sobre la posibilidad de redactar una nueva Constitución.

Al ser consultados respecto de si creían que lo visto o escuchado en redes sociales digitales les ayudó a formar su opinión sobre el cambio constitucional en Chile, y si tendió más a confirmar o a modificar sus creencias, 21 de los 22 casos entrevistados se inclinaron a sostener que, más que tener influencia en conformar un primer juicio sobre este tema, estas plataformas contribuyeron a confirmar su postura previa. En particular, hubo jóvenes que reflexionaron sobre la tendencia de estas plataformas a fortalecer las creencias, como el **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, quien relevó que “es difícil que te hagan contraponer ideas. Creo que más confirman lo que tú ya tienes desde un inicio. Va a determinar mucho lo que seguías previo al estallido social, o lo que seguiste después del estallido social, porque igual se activaron muchas redes sociales”. A su vez, el **caso #20, hombre, 27 años, campus Juan Gómez Millas**, apuntó que en estas herramientas digitales “está la trampa de que solo te están enviando información que te es interesante a ti”, por lo que afirmó que “completamente me han ayudado a confirmar mi posición”.

En tanto, 15 de los 22 sujetos dijeron que, además, estas favorecieron a sumar más información relacionada al proceso constituyente o nuevos argumentos para aprobar la opción de una nueva Constitución, pero siempre ratificando su opinión. Por ejemplo, el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloisa Díaz**, sostuvo que las redes sociales digitales la han ayudado “a confirmar, porque yo siempre he pensado igual. No es como que ahora me he dado cuenta de que se necesita un cambio, sino que siempre he pensado que se ha necesitado”, aunque reconoció que estas plataformas “han ido sumando, por que hay muchas cosas que yo no sabía, que ahora he aprendido con esto de las redes sociales, ya que siempre ponen *posts* con información”. De manera similar, el **caso #6, hombre, 21 años, Beauchef**, aseveró estas herramientas digitales “a lo mejor me han abierto en temáticas en las que yo no había pensado, sobre el contenido de la Constitución. Pero, sobre la Constitución, si es necesario cambiarla o no, no. No ha sido tan impactante”. Asimismo, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, comentó que, en el último tiempo, se informó mucho sobre derecho e institucionalidad, gracias a expertos que compartían sus ideas en videos de Instagram o hilos de Twitter: “yo, por la manera política que tengo de pensar, sí iba a votar

Apruebo y Convención Constitucional, pero, a través de esas publicaciones o de esas noticias en redes sociales, se confirmó aún más eso. Y me sentí yendo a votar convencido, con argumentos sólidos", esbozó.

Por otra parte, hubo casos que plantearon que las redes sociales digitales confirmaron sus creencias por hechos indignantes o contenido que apelaba a la emocionalidad. En especial, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, afirmó que estas plataformas reforzaban su opinión porque tenía contactos que pensaban igual a ella en Instagram, pero también porque “he leído y he visto cosas de las cuales no estoy de acuerdo, entonces afirma aún más mi creencia de que debería haber un cambio constitucional”, citando como ejemplo situaciones de corrupción que no eran sancionadas por la justicia. En tanto, el **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, expresó que la campaña del Apruebo que vio en redes sociales digitales le ayudó a ratificar su postura, ya que “soy mucho de emocionalidad y me llama muchísimo la atención cuando las campañas publicitarias tienen ese factor. Entonces, por eso, sí me ha ayudado a confirmar mi creencia, de: 'sí, vamos por el Apruebo, y vamos a ser un Chile mejor”.

En relación a la posibilidad de que las plataformas virtuales ayudaran a modificar las creencias, solo dos sujetos de la muestra señalaron que hubo momentos en que estas le abrieron dudas sobre ciertos elementos de su postura, pero no la cambiaron en lo fundamental. Por ejemplo, el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloisa Díaz**, comentó que, dado que a su círculo más cercano no le interesa conversar de política, entablaba debates en los comentarios de publicaciones de sus redes sociales digitales con desconocidos: “uno busca gente, en este mundo digital, que esté dispuesta a responderte el hilo de la discusión”, acotó. Y, si bien sostuvo que, en general, confirmó sus creencias con estas acciones, “hay una que otra conversación que me ha llevado a dudar, a decir que puede que esta persona tenga razón. Que yo no tenía tanta razón. En ese sentido, me ha ayudado a formarme una opinión”. Por otro lado, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, relató que, cuando se llevó a cabo el “Acuerdo por la Paz Social y la Nueva Constitución” que firmaron distintas fuerzas políticas en noviembre de 2019 y que posibilitó la convocatoria al plebiscito del año siguiente, mantuvo una postura crítica hacia este hecho. “Al principio lo encontré nefasto y, además de conversaciones, tras varias lecturas de gente (en redes sociales) que me parecía sensata, ahí dije: 'esta cuestión ya está, hay que darle nomás””, puntualizó.

Finalmente, el único caso de la muestra que indicó que las redes sociales digitales no

impactaron en su opinión ni confirmaron o modificaron sus creencias sobre el cambio constitucional en Chile, explicó que no se había informado de absolutamente nada sobre este proceso en estas plataformas, y que solamente las utilizó para “ver qué es lo que opinaba la gente, pero no creo que tuvieran un sustento mayor”, esbozó el **caso #8, mujer, 21 años, campus Andrés Bello**, quien no había definido su preferencia para el plebiscito. Por otra parte, para el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, con intención de voto para el Rechazo, pero que comentó que estaba expuesta incidentalmente a mayor contenido a favor del Apruebo por parte de sus contactos, aseveró que estas herramientas “en mi ámbito personal, igual han influenciado, pero para el contrario. Como que han puesto hartas cosas, como: 'queremos convencerte', pero veo el tema de la hipocresía, y me da más rabia. Y por algo los bloqueo, o sea, fue un tema como de: 'es la única forma', pero es como: '*loco*, le estás destruyendo... la gente ya está chata”.

Pasando a los medios de comunicación tradicionales (diarios digitales y portales, diarios impresos, radio y televisión), la percepción de los jóvenes encuestados sobre el impacto de la información consumida en su opinión sobre el cambio constitucional en Chile puede ser dividida en dos grupos. Uno, de aquellos que consideraron que estos medios ayudaron a confirmar sus creencias (10 menciones) y, el otro, de quienes sostuvieron que estos cumplieron un rol meramente informativo, por lo que no ratificaron ni modificaron su postura inicial (8 menciones).

Profundizando en el primer grupo, hubo algunos casos que declararon que los medios de comunicación tradicionales contribuyeron a reforzar su posición a partir de opiniones expuestas principalmente en programas televisivos de política. Por ejemplo, el **caso #10, hombre, 24 años, campus Antumapu**, afirmó que “lo que he visto ahora, en los matinales, es mucha discusión desde ambos sectores. Más que nada, por ese sentido, ha ayudado a confirmar que estaba en lo correcto”. De manera similar, el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, comentó que la TV “me ha ayudado a confirmar un poco, pero, más que nada, en los canales. Como, por ejemplo, en Tolerancia Cero, cuando salen los políticos hablando. También el matinal de Chilevisión, que tiene una sección de política en la mañana. Eso me ayuda a seguir formando opiniones respecto a ciertos puntos. No me influye en la mayoría, pero sí ha ayudado un poco”. Por otra parte, hubo otros sujetos de la muestra que expresaron confirmar sus creencias con estos canales informativos, pero por contenido que les disgustaba. En particular, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, relató que “a veces escucho entrevistas, sobre todo de políticos, o estas polémicas de

Congreso, y terminan confirmando mis creencias básicamente en base a odio. Como que odio tanto el discurso que tienen. No sé si es odio, odio quizás es una palabra muy fuerte. Pero me disgusta tanto, que termino confirmando lo contrario, que es que quiero aprobar”. Asimismo, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, señaló que confirmaba que la nueva Constitución es necesaria, a partir de “lo que aparece en los medios en general, por ejemplo, cuestiones que se han propuesto en el Congreso, pero que se han rechazado porque la Constitución no lo permite. O que se han aprobado, pero que el Tribunal Constitucional dice que son inconstitucionales”.

En tanto, respecto del otro grupo, de estudiantes entrevistados que indicaron que los medios tradicionales cumplieron un rol meramente informativo en su opinión, ellos esgrimieron que les permiten nutrirse de fuentes y puntos de vistas distintos, aunque aquello no implica que impacten en su postura sobre el cambio constitucional en Chile. En específico, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, aseveró que estos canales son “la única plataforma en la que puedo conocer la opinión de políticos, donde entregan la opinión a la televisión o al diario. Ya que, en Instagram o en Facebook, por ejemplo, no me salen sus discursos o a lo más aparecen *memes* de los discursos”. En tanto, el **caso #3, hombre, 20 años, campus Juan Gómez Millas**, acotó que estos medios cumplían un rol más informativo, argumentando que “soy de leer, por ejemplo, la noticia tradicional más que las columnas de opinión. Entonces, igual siento que es más nutrirse de información que de orientarse hacia un lado u otro”.

A su vez, hubo solo dos casos de la muestra que dijeron que en los medios tradicionales había mayor probabilidad de modificar sus creencias que en redes sociales digitales, pero, en la práctica, aquello no ocurrió. El **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, enunció que en estos canales informativos leyó argumentos del Rechazo o de políticos de derecha que habrían podido cambiar su postura, aunque esto no se produjera: “si yo fuera una persona que, a lo mejor, no tuviera tan arraigada una posición política, quizás me permitiría poner ciertos matices. Así que yo creo que ahí, en cambio a las redes sociales, sí puedo modificar”, puntualizó. Igualmente, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, mencionó que el diario El Mercurio “no ha llegado a cambiar mi postura a grandes rasgos, pero sí o sí debilitar algunos de mis argumentos”, ilustrándolo con ideas como que el proceso constituyente iba a resguardar derechos humanos reconocidos internacionalmente. “Con algunos ejemplos, en especial cartas al director y cosas así de El Mercurio, que son gente *seca*, como muy *facha*, ahí me botaban un montón de cosas. Pero, a la larga, no es un cambio

grande en las creencias, es más una modificación de que mis expectativas, quizás, eran un poco idealistas. Pero, al final de cuentas, sigue siendo mi estrategia”, explicó.

Finalmente, en lo relativo a la comunicación presencial, los 22 casos de la muestra indicaron a este tipo de interacción como la que más impactó en la formación de su opinión sobre el cambio constitucional en Chile. Dentro de los espacios físicos más influyentes para estos jóvenes, el más señalado fue el entorno estudiantil, ya sea por la universidad, incluyendo las clases con profesores, conversatorios, conversaciones con compañeros y política estudiantil (9 menciones) o, previamente, por el liceo o colegio (3 menciones). Por ejemplo, **el caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, afirmó que la comunicación presencial fue “el factor principal” para conformar su posición sobre la nueva Constitución, y que comenzó “el segundo semestre de la universidad, cuando era mechón y me integré a la política universitaria, que era un tema que se conversaba”. En ese lugar, detalló que, más que las asambleas estudiantiles, donde “se discute poco, se pelea hartito y se decide más o menos”, lo que más influyó fue conversar con compañeros y asistir a ramos específicos o charlas donde se tocaran los temas constitucionales: “el contexto universitario fue muy importante, la universidad en sí. Porque ahí estaban mis amigos, se realizaban hartos foros, siempre en el contexto universitario”, especificó. Asimismo, **el caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, manifestó que, fundamentalmente en su universidad, “los conversatorios o todas las instancias de comunicar, de hablar con otras personas o que te cuenten ciertas cosas, creo que ha sido lo que más me ha ayudado a formarme una opinión, tanto política como del cambio constitucional en Chile, como de las opciones, como de todo”. En tanto, otros medios presenciales que impactaron en la formación de la opinión de los jóvenes de la muestra sobre el proceso constituyente fueron conversaciones con familiares o conocidos cercanos (fuera del ambiente estudiantil), entre otros, dentro de la interacción cara a cara.

En cuanto a las instancias colectivas de información y discusión, para los casos encuestados que participaron de estas, como en cabildos ciudadanos que se conformaron en el contexto del estallido social para discutir sobre una nueva Constitución, en general los consideraron espacios más propios para confirmar su opinión que para formarla. Al respecto, **el caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, expresó que “para mí, los cabildos también son una instancia de discusión y conversación medianamente burbuja, por decirlo de alguna manera. La mayoría de la gente que está en contra de un cambio constitucional, creo que es gente que no asistió a cabildos. Y, en el caso de que lo hayan hecho, a mí, en lo personal, no me tocó mucho”. No obstante, solo un sujeto de la muestra, **el caso #1, hombre, 21 años,**

campus Beauchef, aseveró que formó su opinión sobre el cambio constitucional a partir de este tipo de instancias, en específico en un cabildo comunal al que asistió acompañado de una amistad: “había una comisión de Constitución y me metí a esa (...). Después de eso, empezaron a hacer juntas en una casa, íbamos rotando en la casa en la que se hacía, íbamos revisando la Constitución. La íbamos leyendo en conjunto”, expuso. Para él, en ese espacio, “quedé con lo de la Constitución, que el problema estaba ahí” y, desde ese momento, comenzó a interiorizarse más sobre esta temática. Sin embargo, quienes asistieron a estas instancias admiten que su participación decayó por efecto de la pandemia de Covid-19.

Por último, hubo tres estudiantes de la muestra que afirmaron que la comunicación presencial les ayudó a modificar sus creencias, en particular por conversaciones con familiares o conocidos cercanos. Para ilustrar, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, indicó que “a veces, una también se ve sesgada con lo que dicen los compañeros o amigos, y, hablando con familiares, que tienen un poco más de experiencia, porque son adultos, te pueden entregar más antecedentes de lo que fue, de qué está pasando, y ahí uno también puede confirmar o, a veces, modificar sus creencias”. A su vez, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que debatir con amigos de su universidad le ayudó a modificar algunas creencias: “me ha convencido a mí de la misma manera. Así como: 'oye, este proceso no es tan nefasto como en realidad uno podría pensarlo, por el tema del Acuerdo por la Paz'”.

Hallazgos:

- Los 22 estudiantes de la muestra formaron su opinión sobre el cambio constitucional en Chile a partir de la comunicación presencial. El entorno físico más influyente fue el estudiantil, principalmente el universitario, junto con la enseñanza secundaria. También fue relevante la conversación cara a cara con familiares o conocidos cercanos, tanto para conformar el juicio como, en tres casos, para modificarlo. Las instancias colectivas de información y discusión, en tanto, tuvieron un rol más bien confirmatorio de la postura inicial.
- En cambio, la información consumida por estos jóvenes en redes sociales digitales tuvo la función de confirmar su opinión previa sobre el proceso constituyente, además de, en la mayoría de los casos, sumar más información o argumentos para sustentar su postura. Solo dos casos comentaron que hubo situaciones en que la interacción con otras personas en estas plataformas puso en duda sus creencias, pero no las alteró fundamentalmente.

- Respecto de los medios de comunicación tradicionales, su impacto en la opinión de los sujetos de la muestra sobre el cambio constitucional se puede dividir en dos: quienes afirmaron que las noticias que vieron o escucharon ahí confirmaron sus creencias y aquellos que solo se informaron en ellos, pero no varió su postura inicial. Igualmente, solo dos casos reconocieron que estos medios modificaron ciertas ideas, pero no su posición general sobre la nueva Constitución.

9.3. Impacto de dinámicas de consumo de información en interacciones sociales: análisis cualitativo de la interacción social *online* de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile en redes sociales digitales.

En esta sección se examinarán cualitativamente los códigos deductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a ‘Impacto de las dinámicas de consumo de información en las interacciones sociales’, en particular los fragmentos que abordan la interacción social *online* de los estudiantes entrevistados sobre el cambio constitucional en Chile en sus redes sociales digitales. Es decir, se describirán determinadas acciones que declararon realizar estos jóvenes en sus cuentas de Facebook, Instagram, YouTube y/o Twitter en relación al contenido vinculado a la nueva Constitución, como publicar información o reaccionar (dar *like*, comentar o compartir, entre otros) a *posts* a favor o en contra de su opinión, participar de debates en estas plataformas o, incluso, eliminar, silenciar, ignorar o criticar a contactos por exponer posiciones contrarias a las suyas. O, dicho de otra manera, cómo produjeron *formas* de sentido (en su dimensión *social*) en el *medio* de la interfaz entre el usuario y la máquina.

Respecto de la información que publicaron sobre el cambio constitucional en Chile en sus redes sociales digitales, se observa que prácticamente todos los estudiantes entrevistados de la submuestra con intención de voto por el Apruebo compartieron algún tipo de contenido a favor de esta opción en alguna de estas plataformas (19 de 20 casos). Dentro de dicho contenido, lo más recurrente fueron gráficas con razones para aprobar una nueva Constitución y *clips* de la franja o afiches de la campaña del Apruebo, aunque algunos también compartieron ilustraciones en apoyo a esta alternativa y noticias, acompañadas de un texto escrito por ellos, para justificar la necesidad de tener una nueva Carta Magna. La red social digital más utilizada para publicar este tipo de contenido fue Instagram (16 menciones), principalmente en la sección de historias, seguida por Twitter (5) y Facebook (3). Asimismo, hubo 9 sujetos de esta submuestra que, sumado a lo anterior, compartían

además noticias o contenido informativo sobre el plebiscito de 2020, como, por ejemplo, que explicara la diferencia entre Convención Mixta y Constituyente o las medidas para votar en pandemia. En tanto, el único caso de la submuestra que afirmó no haber compartido contenido a favor del Apruebo en redes sociales digitales, como los otros dos casos cuya intención de voto no correspondía con esta opción, esgrimieron que no usaban sus cuentas en estas plataformas para publicar su posición política.

En cuanto a las reacciones de los jóvenes encuestados a las publicaciones que vieron sobre el cambio constitucional, como ya se refirió en la sección 8.4 del capítulo anterior, se observó que la interacción tiende a ser más frecuente cuando es en favor de un contenido proactitudinal, que en contra de un contenido contraactitudinal, ya que lo más recurrente para estos estudiantes es dar ‘like’ y compartir el *post* cuando está en línea con su opinión sobre la nueva Constitución. Mientras, cuando aparece una publicación contraria a su postura, los casos tienden a comentarla para criticar, compartirla para refutar o burlarse o dar ‘me divierte’ (Facebook). El detalle se puede ver en el Gráfico 16:

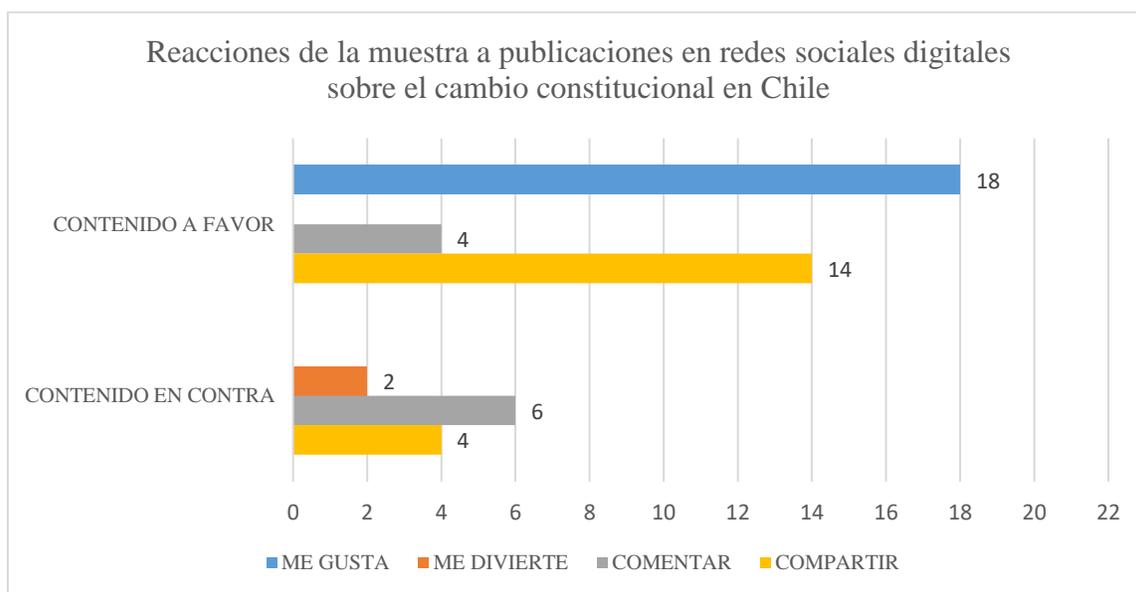


Gráfico 16

Pasando a la participación de los sujetos entrevistados en debates en redes sociales digitales sobre el proceso constituyente en nuestro país, esta se repartió en dos grupos con igual cantidad de casos: una mitad de la muestra afirmó haberlo hecho en espacios como comentarios de publicaciones en Facebook, Instagram y YouTube (7 menciones), *hashtags* en Twitter (3) o con su misma red de contactos en Facebook (1); mientras la otra mitad señaló

no haber participado de debates en estas plataformas.

En relación al primer grupo, se puede ilustrar el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloísa Díaz**, quien declaró realizar intercambios de comentarios en YouTube e Instagram, pero principalmente en la primera, en “comentarios de videos de las campañas, de algún programa que se haya emitido en televisión, o algún canal de los que sigo”. Aunque reconoció que esto último no es “un debate que esté articulado”, ejemplificando que “la otra vez vi uno en Facebook, un *live*, donde había un moderador, con dos personas por el Apruebo y dos por el Rechazo, y ya era un debate más organizado”. Asimismo, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, contó que cuando veía una noticia de algún diario digital en Facebook, en la sección de comentarios le aparecía uno “lo suficientemente nefasto para que a mí me dé rabia. El tema es que nunca, jamás, me salen del Apruebo, sino que siempre es alguien que comenta respecto al Rechazo”. En consecuencia, señaló que suele hacer uno o dos comentarios al día en respuesta a lo que le sugiere Facebook. En cuanto a Twitter, el **caso #9, mujer, 26 años, campus Andrés Bello**, apuntó que “lo uso más como un medio para tirar rabia. Sí, comento bastante en Twitter, pero comento cosas odiosas”. Mientras, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, aseveró haber participado en debates en esta plataforma sobre varios temas, como el quórum de 2/3 para el proceso constituyente o si se debía incorporar a Carabineros en la nueva Constitución.

Por otra parte, los estudiantes de la muestra que indicaron no participar de debates en redes sociales sobre el cambio constitucional en Chile, justificaron su decisión en la falta de instancias reales para discutir en estas plataformas y que aquel que se da en los comentarios de las publicaciones tiende a estar polarizado y ser improductivo. Por ejemplo, el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, sostuvo que “si pueden ya polarizar un tema de: 'fuimos a un hogar de ancianos, a darle comida a los abuelitos', y ves discusión abajo, de gente *puteándose* entre ella, así: 'ah, *facho*', 'ah, pobre, no sé qué, comunista', qué va a salir de un debate de la Constitución”. Igualmente, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, expresó que “debatir por hilos o comentarios, o lo que sea, lleva a que los dos lados se sienten ganadores, y no hace ningún sentido y tu argumento no permeó y, además, la cuestión es sobre una rivalidad media tonta. Te dicen gorda, te dicen fea, cosas que no tienen que ver nada con tu argumento”. En la misma línea, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, reflexionó: “qué espacios de debate existen en las redes sociales. Son justamente esos, los comentarios de las publicaciones, los comentarios en vivo de los *streamings* o de los videos de YouTube, y ese tipo de cosas. Y, para mí al menos, no

vale la pena enfrascarme en esos debates, con gente que no conozco. Siento que no voy a sacar nada. Aun cuando sea con gente que es de mí misma postura”.

Finalmente, respecto de la pregunta de si habían eliminado, silenciado, ignorado o criticado pública o privadamente a alguno de sus contactos por exponer opiniones contrarias a las suyas en redes sociales digitales, 14 casos de la muestra afirmaron haber tomado una de estas acciones frente a ese tipo de publicaciones, contra ocho que manifestaron que no efectuaron ninguna de estas.

Profundizando en los primeros mencionados, la iniciativa más frecuente por los estudiantes entrevistados fue eliminar o bloquear al contacto (7 menciones), primordialmente cuando correspondía a una persona con la que no mantuviera una interacción recurrente. Por ejemplo, el **caso #1, hombre, 21 años, campus Beauchef**, comentó que eliminó a un compañero de colegio, debido a que “publicaba siempre estos memes que dicen: 'claro, les falta plata y con el 10% se van a comprar una tele', o, sobre las personas que se manifestaban en Plaza Italia, subía puras fotos de gente haciendo destrozos y decía: 'estos no son héroes, estos son delincuentes’”. “Es tan fuerte el rechazo hacia ese tipo de opiniones, que (eliminar) es como algo inconsciente”, complementó. Asimismo, el **caso #9, mujer, 26 años, campus Andrés Bello**, explicó que “algo que suelo hacer cuando una opinión me molesta o me ofende, u ofende algo que yo creo, lo elimino”. En tanto, en Twitter, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, aseveró que deja de seguir a cuentas con la que no está de acuerdo, sobre todo con “gente que toma unas posturas más pensadas en su identidad de izquierda, revolucionaria, o viceversa, una identidad más de derecha, conservadora. Más que pensar en el trasfondo, a esa gente, por lo general, las termino sacando. Porque se pone como monótono un poco, porque es el mismo planfleto todo el rato”.

Hubo también unos pocos que indicaron que preferían silenciar o ignorar al contacto cuando tenían un vínculo más estrecho con esa persona. El **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, señaló que “he silenciado a personas que suben puras tonteras a sus historias. Cosas en las que no estoy de acuerdo muchas veces, o que quiero evitarme. Sé que es mi amigo o mi amiga, y qué lata saber que está publicando eso, entonces, ya, prefiero silenciar”. Por su lado, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, aludió que “en mis redes sociales no tengo a gente que no quiera tener”, por lo que sostuvo que a “gente que ya me empieza a molestar sus opiniones, los silencio. Si es que creo que, de alguna u otra

manera, puedo conversar con esas personas igual. Ignorado, generalmente ignoro a mis amistades reales, que de repente ponen opiniones contrarias a las mías”.

De igual forma, hubo cinco casos de la muestra que respondieron que criticaban pública o privadamente a sus contactos por exponer opiniones contrarias a las suyas en redes sociales digitales, en especial cuando era gente cercana o de confianza. Por mencionar, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, aseveró que “tengo amigos que tienen posiciones un poco extremistas y, usualmente, no los silencio ni los ignoro, de hecho, los critico privadamente. Intento que no sea público, a menos que sea una opinión que yo encuentre que es poco ética. Como, si alguien te dice que debiésemos matar a toda esta gente, yo les voy a decir: 'cálmate'. Y se los voy a decir públicamente”. Asimismo, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, planteó que “si es que hay opiniones muy distintas a las mías, que llegan a ser algo casi que encuentro valóricamente súper fuerte, como que le respondo a esa persona. Directamente. Para saber qué está pasando. Y, hasta ahora, sí, hay encontrones que he tenido, pero nada para decir que voy a eliminar a esta persona de mi vida”.

Por último, en lo que respecta al grupo de ocho sujetos de la muestra que manifestaron no haber eliminado, silenciado, ignorado o criticado a alguno de sus contactos por expresar una posición contraactitudinal, cuatro declararon que no habían requerido hacerlo, porque no recibían este tipo de opiniones en sus redes sociales digitales. Mientras, el resto, afirmó que preferían no tomar este tipo de medidas por respeto a esas personas, o bien, empleaban otra clase de acciones, como burlarse en privado de estas posturas con otros amigos.

Hallazgos:

- En cuanto al contenido publicado en redes sociales digitales sobre el cambio constitucional en Chile, 19 de 20 estudiantes de la submuestra con intención de voto Apruebo compartieron contenido a favor de esta opción, en especial en Instagram.
- Las reacciones más frecuentes de los jóvenes entrevistados en estas plataformas virtuales frente a publicaciones sobre el proceso constituyente fue dar ‘me gusta’ y compartir cuando el contenido era proactitudinal, mientras que, si expresaba una posición contraactitudinal, en menor medida, se comentó para criticar o compartió para refutar o burlarse.
- Respecto de participar en debates en redes sociales sobre la nueva Constitución, una mitad de la muestra afirmó haberlo hecho, principalmente en los comentarios de

publicaciones. En tanto, la otra mitad descartó discutir en estas plataformas, argumentando que no veían instancias reales para el debate en ellas y este se daba ahí de manera polarizada y poco productiva.

- Al exponerse a opiniones contrarias a las suyas en redes sociales digitales, 14 estudiantes de la muestra señalaron que eliminaban, silenciaban, ignoraban o criticaban pública o privadamente al contacto que había emitido esa posición. La más mencionada fue eliminar, cuando no había una interacción recurrente con la persona, a la par que silenciaban, ignoraban o criticaban cuando había un lazo de confianza más estrecho.

9.4. Impacto de dinámicas de consumo de información en interacciones sociales: análisis cualitativo del impacto de redes sociales digitales en la interacción social *offline* de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile.

En esta sección se examinarán cualitativamente los códigos deductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a ‘Impacto de las dinámicas de consumo de información en las interacciones sociales’, en particular los fragmentos que abordan el impacto de las redes sociales digitales en la interacción social *offline* de los estudiantes entrevistados sobre el cambio constitucional en Chile. Es decir, se describirá si el consumo de información de los jóvenes de la muestra en estas plataformas virtuales les ha incentivado a formar parte de instancias de participación ciudadana presenciales con algún grado de vinculación al proceso constituyente, como asistir a marchas, concentraciones, cacerolazos o cabildos y asambleas ciudadanas a partir del *estallido social* de octubre de 2019. O bien, si este contenido los alentó a sumarse a organizaciones políticas o sociales formales, en especial a partidos políticos, organizaciones estudiantiles o vecinales, actividades en apoyo a causales sociales y grupos religiosos. En otras palabras, si la información consumida en estas interfaces sirvió como *medio* para la construcción de *formas* de sentido en una dimensión *social* de comunicación presencial

Respecto de las instancias de participación ciudadana conectadas, en algún grado, al cambio constitucional en Chile, prácticamente todos los sujetos encuestados mencionaron haber concurrido, desde octubre de 2019 a la fecha de la entrevista, a al menos una marcha o concentración convocada por redes sociales digitales, sobre todo durante los primeros meses del estallido social. En segundo lugar, se indicaron los cacerolazos y, luego, los cabildos y asambleas ciudadanas, ya sea territoriales o temáticos, los cuales se conformaron en el marco

de la protesta social para debatir sobre los contenidos para una nueva Constitución, entre otras cosas. Si bien hubo casos que comentaron que no llegaron a estos espacios exclusivamente por redes sociales digitales, sino, por ejemplo, por conocidos, sí reconocieron que les llegaba también la convocatoria por estas plataformas. El detalle de los datos expuestos se puede ver en el Gráfico 17:

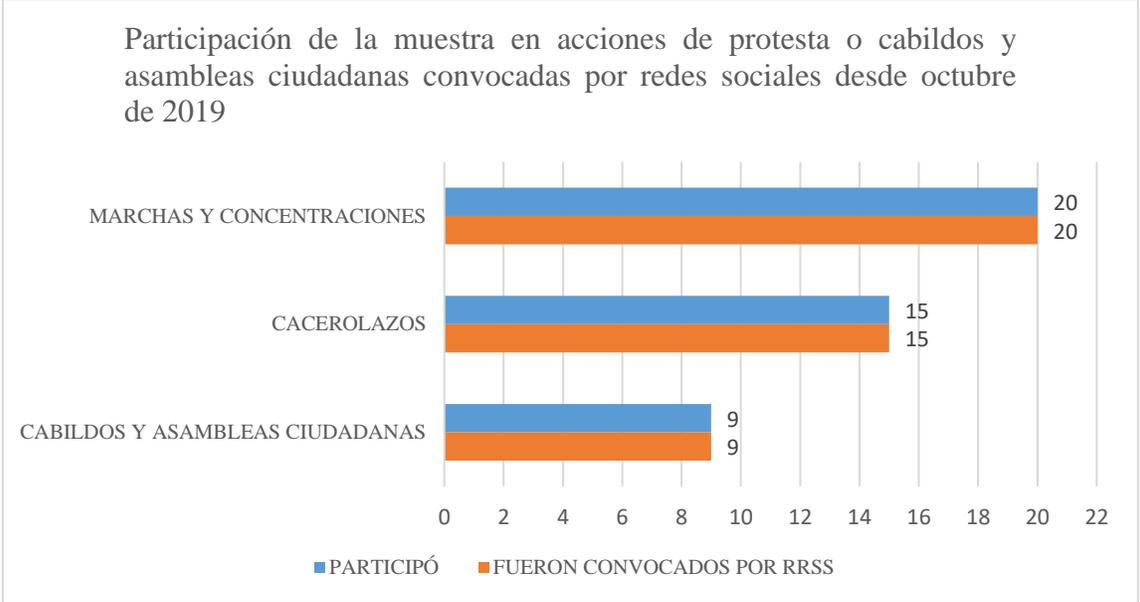


Gráfico 17

En relación al impacto de la información consumida en redes sociales digitales para asistir a marchas y concentraciones desde octubre de 2019, los estudiantes entrevistados que afirmaron haber participado de estas, relevaron que las convocatorias difundidas en plataformas virtuales, en principio por afiches sin organizaciones convocantes, fueron fundamentales para conformar el movimiento social. Y, posteriormente, las redes sociales digitales ayudaron a sumar acciones de protesta más particulares o a informar sobre la violencia policial. En específico, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, explicó que “todos los viernes había un afiche de Plaza Baquedano o Dignidad, o, durante la semana, también salían algunos (para protestar) en el Costanera Center. Y, efectivamente, estaba toda la gente en el Costanera Center, pero nadie sabía de dónde venían los afiches, no tenían logo, circulaban nomás, pero convocaban *caleta*”. Asimismo, el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, aseguró que “la esencia que ha tenido este estallido y esta revuelta civil en el país es que ha sido organizada desde las redes sociales”, dado que, al principio, la mayoría de las convocatorias se realizaron por estas herramientas virtuales, aunque después

se hizo costumbre, por ejemplo, concentrarse todos los viernes en Plaza Baquedano. “Creo que las redes sociales afectaron bastante en sus inicios, pero después ya fue siendo algo más como de iniciativa popular”, acotó. Igualmente, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, recalcó que “en la mayoría de las convocatorias aparecía un afiche, que nadie sabía quién lo convocaba, pero se difundía tanto que todo el mundo llegaba”, por lo que estas plataformas habrían sido centrales para el movimiento social, “uno, para difundir movilizaciones y cosas así, y otra, para compartir información, principalmente de la violencia policial”, puntualizó. Por último, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, subrayó que se ha enterado por redes sociales digitales de acciones de protesta más particulares, como las cicletadas: “sigo a una página de Instagram, que se llama Ciclistas Furiosos, y a otra que se llama Ciclistas Independientes. Y esas páginas, efectivamente, comparten las convocatorias, te ponen la foto del mapa, desde qué punto se va a partir, hasta adónde se va a llegar”, detalló.

No obstante, algunos jóvenes de la muestra que asistieron a estas marchas durante los primeros meses del estallido social, indicaron que su participación en estas convocatorias se restringió el año siguiente, debido a la pandemia de Covid-19 en el país. Por ejemplo, el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloísa Díaz**, señaló que “en el contexto previo a la pandemia, después del estallido de octubre, sí participe en muchas manifestaciones. Los meses siguientes al 18 de octubre. Noviembre y diciembre. Y, posterior a que se decretara el Estado de emergencia en Chile, no he participado más en manifestaciones presenciales”. En tanto, el **caso #20, hombre, 27 años, campus Juan Gómez Millas**, explicó que, por la suspensión de clases producto de la pandemia, se trasladó a su residencia particular ubicada fuera de Santiago. “Al cambiar de lugar geográfico, eres un poco ajeno a los conflictos que se sienten tan latentes, porque pasé de un ambiente súper urbano a uno completamente rural. Entonces, previo a la pandemia, seguía muchas manifestaciones y sí me convocaba por redes sociales”, acotó.

Ahora bien, para algunos sujetos encuestados, las medidas sanitarias adoptadas por la pandemia dieron más relevancia a otro tipo de acciones de protesta, como los cacerolazos desde las residencias. Para ilustrar, el **caso #12, mujer, 21 años, campus Juan Gómez Millas**, especificó que “desde octubre, estuve metida en las marchas y manifestaciones. Después, por la pandemia, dejé de ir un poco. He participado en cacerolazos. Acá no hay mucho de eso, normalmente soy yo y otro par de balcones más” y que estos eran citados por las plataformas virtuales. “Antes de la pandemia, era a través de redes sociales y, también, a

través de mis amigos, que me decían: 'oye, vayamos a no sé dónde'. Pero ahora, todo es *online*”, complementó. A su vez, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, aseveró que en el marco de la pandemia no asistió “a ninguna manifestación masiva, pero sí a cacerolazos”, los cuales eran convocados por redes sociales digitales. Aunque también hubo jóvenes de la muestra que apuntaron que no todos los cacerolazos en los que se sumaron tenían una vinculación directa con la nueva Constitución, como el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, quien afirmó que “asociado al cambio constitucional, cacerolazos desde mi casa, no (participé)”, pero sí estuvo en algunos sobre causas judiciales, como los casos de Antonia Barra y Ámbar Cornejo.

En cuanto a la participación de los estudiantes entrevistados en cabildos y asambleas ciudadanas posterior al 18 de octubre de 2019, si bien muchos asistieron a estos eventos por conocidos y/o en compañía de ellos, las redes sociales digitales siempre fueron herramientas para difundirlos. En particular, el **caso #1, hombre, 21 años, campus Beauchef**, explicó que, si bien llegó a su primer cabildo comunal por una amistad que le pidió que la acompañara, después descubrió por las plataformas digitales que había otros en distintas comunas. “Y ahí seguí ciertas páginas de dos cabildos. Uno de aquí cerquita y uno de más arriba. Y ahí convocaban a las marchas, que eran como sectoriales, por estación de Metro”, puntualizó. En tanto, el **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, indicó que participó de un cabildo comunal en Providencia, en el sector donde reside, y que llegó a él por una página que siguió en Instagram. Sin embargo, la participación de los jóvenes de la muestra en cabildos ciudadanos se remitió solo a ocasiones puntuales, sin extenderse más allá en el tiempo.

Pasando al impacto que tuvo en los sujetos encuestados el consumo de información en redes sociales digitales para sumarse a organizaciones políticas o sociales formales, se pudo observar que tanto la participación, como la influencia de las plataformas virtuales para ingresar a estas, fue menor si se comparan con las instancias más circunstanciales del estallido social, como marchas, concentraciones, acciones de protesta y cabildos o asambleas ciudadanas, con la única salvedad de las actividades en apoyo a causas sociales. En el Gráfico 18 se aprecia el número de estudiantes de la muestra que declararon haber participado en partidos políticos, organizaciones estudiantiles o vecinales, actividades en apoyo a causas sociales y/o grupos religiosos, además de quienes fueron incentivados por lo visto o escuchado en redes sociales digitales a formar parte de alguna de estas orgánicas más tradicionales.



Gráfico 18

En relación a los partidos políticos, la participación de los jóvenes entrevistados se registró como baja, ya que solo cuatro indicaron haber ingresado a estas organizaciones, pero tres de ellos ya habían renunciado a su militancia. Ahora bien, el contenido visto en redes sociales habría incentivado levemente a más casos a interesarse en formar parte de un partido político, en especial para tres que indicaron haberse sumado a un comando de campaña por el Apruebo y que se abrían a la posibilidad de militar en el futuro, aunque mantenían aún ciertas dudas. No obstante, la respuesta más recurrente de los estudiantes de la muestra hacia los partidos políticos es que le generan tal desconfianza, que no ingresarían por ningún motivo (11 menciones). Ahora bien, los argumentos que se esgrimen para dicha desconfianza son variados, desde la corrupción, el incumplimiento del promesas y el clientelismo, a aspectos propios a la orgánica interna, como el sectarismo, caudillismo, jerarquías verticales o lineamientos muy cerrados.

Sobre la participación en la organización estudiantil, esta fue mayor en los casos de la muestra, aunque el principal incentivo para formar parte de estas instancias fue el mismo entorno universitario. Solo en dos sujetos el contenido visto en redes sociales digitales había alentado a sumarse a estos espacios. Uno, **el caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, quien aseveró que le encantaría participar, aunque, producto de la pandemia, no había tenido aún clases en modalidad presencial. En tanto, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, comentó que cuando ingresó en primer año, hubo un paro, pero nadie

participaba. “Y, al final, hubo una convocatoria por redes sociales, desde la FECh y desde la SECMA (Secretaría de Medio Ambiente) para hablar del tema. Entonces, fue a partir de la conexión con esta comunidad, que se supone que pertenezco, y fue gracias a las redes sociales que me empecé a involucrar”, acotó. Igualmente, hubo seis estudiantes de la muestra, especialmente de los campus Antumapu y Juan Gómez Millas, que plantearon que la organización estudiantil estaba deslegitimada, ya que existía la percepción de que los representantes la usaban para optar a cargos políticos, mientras otros casos sostuvieron que la falta de clases presenciales, por el estallido social y la posterior pandemia, desarticuló el movimiento estudiantil.

Ahora bien, las actividades en apoyo a causas sociales fueron las de mayor participación según lo declarado por los jóvenes encuestados, y más aún cuando se les consultó por el incentivo que tuvo la información consumida en redes sociales digitales. Pero, según ellos mismos relataron, la colaboración en estos espacios se dio más de manera circunstancial, por convocatorias en redes sociales, que a través de un trabajo prolongado desde una organización social formal (como una ONG). Dentro de las actividades más mencionadas, estuvieron aquellas en apoyo a la causa feminista y medioambientalista. Por ejemplo, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, aseguró que las plataformas digitales “me han incentivado bastante”, debido a que, después del estallido social, empezó a salir “un *boom* de información, o sea, no era como un poco, fue demasiada. Fue hasta agobiante. Y me sentí parte. Me di cuenta de que, en realidad, las cosas que se estaban luchando sí me afectaban”. En tanto, el **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, señaló que, a partir de redes sociales digitales, “participé un tiempo con estas mismas mujeres que hicimos la intervención de 'Un violador en tu camino' en noviembre. Se armó un colectivo, que sigue existiendo, pero, este año estoy un poco más colapsada y ya no estoy participando activamente de eso”. De manera similar, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, detalló que actividades en defensa del agua y la escasez hídrica en el norte “siempre me han aparecido (en redes sociales), porque siempre me ha interesado, pero ahora, con respecto a lo constitucional, igual hacen actividades, foros, y también me motiva a participar”.

En cuanto a la organización vecinal, hubo casos que declararon participar en un inicio en esos espacios mediante la comunicación presencial. Pero, también se dieron ejemplos en que los jóvenes de la muestra afirmaron haber sido incentivados a sumarse a esas instancias por las redes sociales digitales. En particular, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, sostuvo que “a raíz del estallido social, se generaron estos Instagram o Twitter de asambleas

de barrio o juntas de vecinos, y he visto muchas actividades en las que gustaría participar, pero no he tenido la oportunidad”, como protestas, ollas comunes, ferias de emprendimiento o tardes de entretenimiento. Por su parte, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, expresó que “me interesaba participar de organización vecinal, pero no sabía cómo buscarla. Y, después de buscarla mucho, descubrí que tenían una página de Facebook. Que no tenía un nombre de Junta de Vecinos, y de ahí *caché* que se juntaban”.

Por último, respecto de los grupos religiosos, solo un caso de la muestra manifestó haber trabajado en algún momento con estos, aunque no lo hacía en la actualidad. Mientras, ninguno de los estudiantes entrevistados señaló haber recibido información sobre este tipo de organizaciones en sus redes sociales digitales.

Hallazgos:

- En relación a las instancias de participación ciudadana con vinculación al cambio constitucional, prácticamente todos los estudiantes entrevistados afirmaron haber concurrido al menos a una marcha o concentración convocada por redes sociales digitales desde octubre de 2019. Según ellos, las plataformas digitales fueron clave para difundir las primeras marchas del *estallido social*, principalmente a través de afiches que circulaban sin organizaciones convocantes. No obstante, la pandemia de Covid-19 desincentivó la asistencia de algunos casos de la muestra a estas protestas.
- Para algunos sujetos encuestados, los cacerolazos tomaron mayor relevancia por las medidas sanitarias, en especial los que se realizaban desde las residencias, que se convocaban por redes sociales digitales. Ahora bien, muchas de estas acciones no estaban vinculadas necesariamente con el proceso constituyente.
- En cuanto a los cabildos y asambleas ciudadanas, si bien muchos de estos estudiantes asistieron a estos eventos por conocidos y/o en compañía de ellos, las redes sociales digitales siempre fueron herramientas para difundirlos. Sin embargo, los casos que participaron en estos espacios, lo hicieron solo para ocasiones puntuales, sin extender su actividad en ellos en el tiempo.
- Pasando al impacto que tuvo en los estudiantes entrevistados el consumo de información en redes sociales digitales para sumarse a organizaciones políticas o sociales formales, el mayor incentivo de estas plataformas estuvo en las actividades en apoyo a causas sociales. No obstante, esta participación se dio de manera más circunstancial, por convocatorias a través de estas plataformas, que de forma

prologanda desde una organización social constituida.

- Respecto de los partidos políticos, tanto el incentivo de las redes sociales digitales a participar como la participación en sí resultaron bajas en la muestra. Mientras, fue más recurrente observar desconfianza en estos jóvenes hacia este tipo de orgánicas.
- La participación en la organización estudiantil fue la segunda más alta dentro de las instancias formales, aunque el principal incentivo para formar parte de estas fue el mismo entorno universitario. Las redes sociales digitales solo influyeron cuando dicho entorno fue insuficiente o inexistente (por efectos de la pandemia). Asimismo, hubo casos de la muestra que plantearon que la orgánica se encontraba deslegitimada, a la par que otros sostuvieron que la falta de clases presenciales desarticuló el movimiento estudiantil.
- Por último, hubo algunos jóvenes que afirmaron haber sido incentivados a sumarse a la organización vecinal por el contenido consumido en redes sociales digitales. No así con los grupos religiosos, ya que ninguno de los casos de la muestra mencionó haber recibido información sobre estas organizaciones en sus plataformas.

Capítulo 10: Códigos inductivos: descripción de las percepciones de la muestra sobre el consumo de información en redes sociales digitales.

En este capítulo se presentarán determinados códigos inductivos que surgieron a partir del análisis de las entrevistas semiestructuradas, referentes a las percepciones de los estudiantes de la Universidad sobre el consumo de información en redes sociales digitales. Mediante estos, será posible complementar los códigos deductivos ya expuestos con ciertos discursos recurrentes de estos jóvenes en relación a estas plataformas digitales, como la recomendación algorítmica de información a los usuarios, la presencia de pluralismo, debate democrático y calidad informativa, y la exposición a noticias falsas, con tal de ampliar la observación del fenómeno y dar cuenta de mejor forma de su complejidad.

En la primera sección, se examinarán los fragmentos de las entrevistas que abordan el conocimiento y la opinión de los estudiantes de la Universidad de Chile sobre los algoritmos presentes en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter y su función en la recomendación de determinados contenidos al usuario, además de cómo ellos creen que estos afectan las dinámicas de consumo de información en estas plataformas y qué clase de medidas deberían tomarse para contrarrestar los efectos negativos que pudieran provocar estas tecnologías.

En la segunda sección, se analizarán los fragmentos de las entrevistas que describen la percepción de estos jóvenes sobre el pluralismo presente en estas redes sociales digitales, tanto a nivel de consumo general de la población como en sus vivencias particulares.

En la tercera sección, se observarán los fragmentos de las entrevistas que refieren a la percepción de los estudiantes sobre el debate democrático presente en estas plataformas digitales, tanto para conocer si creen que la información que se consume en ellas contribuye a este, como si se dan instancias de debate real.

En la cuarta sección, se examinarán los fragmentos de las entrevistas que abordan los criterios de los casos encuestados para definir la calidad informativa, junto con aquellos que retratan si ellos consideran que la información que se consume en general en las redes sociales digitales y en los medios tradicionales cumple con los parámetros de calidad mencionados por los jóvenes.

Por último, en la quinta sección, se analizarán los fragmentos de las entrevistas que abordan

la exposición de los estudiantes de la Universidad de Chile a noticias falsas sobre el cambio constitucional en Chile en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter y cuáles fueron los criterios que ellos usaron para calificarlas de esa manera.

10.1. Códigos inductivos: análisis cualitativo del conocimiento y opinión de la muestra sobre los algoritmos de las redes sociales digitales y su función en la recomendación de informaciones al usuario.

En esta sección se analizarán cualitativamente los códigos inductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a las percepciones de la muestra sobre el consumo de información en redes sociales digitales, en particular los fragmentos que abordan el conocimiento y opinión de los estudiantes entrevistados sobre los algoritmos presentes en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter y su función en la recomendación de determinados contenidos al usuario. Es decir, se describirá, en particular, qué saben y opinan estos jóvenes sobre el accionar de dichos algoritmos, de qué manera creen que estos afectan las dinámicas de consumo de información en redes sociales digitales y qué clase de medidas deberían tomarse para contrarrestar los efectos negativos que pudieran provocar estas tecnologías.

La gran mayoría de los estudiantes de la muestra declararon conocer sobre los algoritmos de Facebook, Instagram, YouTube y Twitter en su función de recomendación de informaciones a los usuarios (19 casos), mientras el resto dijo tener solo nociones parciales de la aplicación de estas tecnologías en las plataformas digitales. En general, estos jóvenes indicaron tener una idea básica respecto de cómo estas herramientas sugerirían determinado contenido a los usuarios, pero todos lo asociaron a que funcionaban a partir de las interacciones y búsquedas que se realizan en redes sociales digitales.

Asimismo, hubo cinco sujetos de la muestra que apuntaron a ciertos efectos que tendrían los algoritmos en la percepción de las personas, como burbujas y sesgos informativos. Por ejemplo, el **caso #3, hombre, 20 años, campus Juan Gómez Millas**, dijo que en clases de su carrera vio que “a través de cada clic, y las bases de datos que uno va entregando a estas páginas o grupos, controlan tu accionar en las redes sociales y Google y van creando una *burbuja informativa* para ti”. En tanto, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, acotó que “prácticamente todas (las redes sociales) usan *machine learning* en su *feed* de recomendaciones” y que “la idea de la red social es siempre mantenerte dentro de ella, porque, al final, ese es el proceso de negocio”. En esa línea, apuntó a que esto último tendría

efectos en la percepción de la gente, ya que estas plataformas recomendarían siempre “cosas que tú quieres, con las que estás de acuerdo, y eso tiende, uno, a confirmar tus propias creencias y, dos, a no conocer las otras ideas, a no salir de tu círculo”. Mientras, un par de casos asociaron también a estas tecnologías con la elección presidencial de Donald Trump en 2016 y el caso Cambridge Analytica. En particular, el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloísa Díaz**, abordó que “hay análisis que apuntan que las redes jugaron un rol muy importante en la última elección, entre Trump y Hillary Clinton. Y estos canales han tenido un auge importante, en Norteamérica, en Latinoamérica. Vi un reportaje del auge de los populismos y las posiciones extremas en política, y, efectivamente, creo que tienen un peso importante estos algoritmos”.

Al profundizar en las opiniones de los estudiantes de la muestra sobre el rol que cumplen los algoritmos de las redes sociales digitales en la recomendación de informaciones, el énfasis mayoritario estuvo en los efectos negativos que producirían estas herramientas en los usuarios, como sesgar el contenido informativo que se consume (9 menciones), favorecer la polarización y radicalización política (4) y afectar su privacidad (4). Por ejemplo, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que los algoritmos “al personalizar la información, la terminan sesgando y, por lo mismo, uno puede sobrerrepresentar o subrepresentar opiniones. Y eso, creo que es perjudicial, al final, cuando uno se quiere informar”. Igualmente, el **caso #20, hombre, 27 años, campus Juan Gómez Millas**, declaró que sabía que existía “un sesgo informativo, en cuanto a los *feed* que te van a entregar. Nosotros vemos una esfera tan pequeña de lo que es este algoritmo, o lo que son las redes sociales, o de la información completa”, por lo que aseguró que “ni siquiera tengo confianza de hasta qué punto la información que estoy recibiendo no ha sido procesada para mí”. O bien, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, relevó que si uno no conoce cómo funcionan estas herramientas, podría favorecer la polarización política, debido a que “aparece lo que a uno le interesa, pero también eso va generando que uno vaya radicalizando sus posturas políticas”.

No obstante, hubo cinco jóvenes encuestados que, en su caso personal, no consideraron que la personalización de la información por parte de los algoritmos de las redes sociales digitales fuera algo estrictamente negativo, ya que disfrutaban recibir contenido afín a sus intereses. En particular, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, describió que “uno está en la zona de confort y no quiere salir de esa zona porque, en realidad, te gusta. Y, en lo personal, no he buscado querer romper este algoritmo y que me empiecen a salir cosas que no quiero

ver”, junto con justificar que “no lo hago porque sé que las redes sociales las utilizo para ocio, para consumo de cosas que quiero, que me van a entregar agrado o reírme. No quiero ver cosas que me disgusten o que no me interesen”. A su vez, el **caso #12, mujer, 21 años, campus Juan Gómez Millas**, señaló que “como tengo una opinión política marcada, siento que tal vez no me afecta tanto. Tiendo a disfrutar un poco más del algoritmo. Me gusta que YouTube me muestre cosas que me interesan. Y, tal vez, no podría ser tan dañino en mi caso. Sí encuentro que es dañino para la población en general, por ejemplo, lo que pasó en Estados Unidos (Cambridge Analytica)”.

Finalmente, en relación a la clase de medidas que deberían adoptarse para contrarrestar los efectos negativos que pudieran ocasionar los algoritmos de las redes sociales digitales en los usuarios, como los sesgos informativos y la falta de pluralidad, los estudiantes entrevistados se centraron fundamentalmente en la responsabilidad individual de las personas de buscar contenido diverso (5 menciones), más que en establecer regulaciones a estas plataformas (1 mención). Por ejemplo, el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, aseguró que “el algoritmo no tiene la culpa, es una forma de estudio de mercado en cuanto a información y productos, y te va a llegar información que a ti te interese. Pero, hay veces que te llegan noticias que se podría decir que son plurales o no tienen ninguna tendencia, y la gente tiene esa tendencia a llevarla a algún lado”. Igualmente, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, apuntó que “la gente le echa la culpa al algoritmo, pero en realidad es la gente la que decide a quién sigue. Entonces, si yo soy del Apruebo y solo sigo a gente del Apruebo, nunca a gente del Rechazo, es evidente que el algoritmo te va a recomendar solamente gente del Apruebo. Si uno no toma la decisión de querer salirse de esa burbuja, no puedes esperar que el algoritmo lo haga por uno”. De manera similar, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, indicó que cuando quiere informarse en otro tipo de medios, los busca, pero desconfiaría si esta tecnología realizara ese proceso por él. “Que el algoritmo decida mostrarme cosas más plurales, ahí no sé qué criterios va a utilizar ese algoritmo para elegirlos. Yo, personalmente, no me considero a favor de que se regulen los algoritmos”, complementó.

Por otra parte, el **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, defendió que los algoritmos de las redes sociales digitales “deberían ser trabajados con un ente regulador, porque crean adicción, logran sesgar, las noticias falsas se difunden un 60% más rápido más que la información verdadera”. Dentro de las medidas que sugirió, consideró que se debía reenfocar el rol publicitario de estas plataformas, para que pudieran “orientarte a plataformas

más educativas, o a que no sea tan extremo el algoritmo y que te puedan recomendar, a lo mejor, otro tipo de información”. Asimismo, que se tendrían que optimizar los filtros para el contenido que incite al odio y a la violación de los derechos humanos.

En tanto, hubo un par de jóvenes de la muestra que pusieron mayor énfasis en la necesidad de formar a los usuarios en el uso de las redes sociales digitales, con tal de contrarrestar esta clase de efectos perjudiciales. El **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que “iría más como formar a la población respecto al uso de las redes sociales, para que la gente entienda que lo que aparece a través de la pantalla no es la realidad. Y vincular ese uso con las implicancias cívicas”. Igualmente, **el caso #20, hombre, 27 años, campus Juan Gómez Millas**, planteó que “podríamos partir con cultura digital, para entender qué son los algoritmos, qué estamos consumiendo, qué es una línea de comando. De qué manera esto afecta o cambia la información. Porque, antes, tú entendías que había un editor, un periodista, un editor, ilustradores, ciertos vínculos, ciertas cadenas de mando. Pero, hoy en día, no tienes idea de qué es lo que pasa a través de la pantalla y esas fuentes”.

Hallazgos:

- Todos los jóvenes de la muestra demostraron tener, al menos, un conocimiento básico respecto del funcionamiento de los algoritmos de las redes sociales digitales en cuanto a su vinculación entre interacciones de los usuarios y la recomendación de informaciones.
- Los estudiantes entrevistados pusieron un mayor énfasis en la crítica hacia ciertos efectos negativos de estas tecnologías, como los sesgos informativos, favorecer la polarización y radicalización política y afectar la privacidad. No obstante, hubo algunos sujetos que, en su caso personal, no consideraron que la personalización de la información fuera algo estrictamente negativo, ya que disfrutaban recibir contenido afín a sus intereses en redes sociales digitales.
- Respecto de posibles medidas para contrarrestar los efectos negativos que podrían causar estas herramientas, la más mencionada fue centrar la responsabilidad en los individuos de buscar fuentes diversas, por sobre establecer regulaciones a las plataformas digitales. También se sugirió formar a las personas en cultura digital y cívica.

10.2. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la percepción de la muestra sobre el pluralismo en redes sociales digitales.

En esta sección se analizarán cualitativamente los códigos inductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a las percepciones de la muestra sobre el consumo de información en redes sociales digitales, en particular los fragmentos que abordan la percepción de los estudiantes entrevistados sobre el pluralismo presente en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter. Es decir, se describirá la opinión de estos jóvenes respecto de si consideraban que la información que se consume en general en estas plataformas es plural y si, en su vivencia personal, accedían a contenido contraactitudinal en ellas y qué impacto tuvo dicho contenido en sus opiniones.

Al ser consultados acerca de si creían que la información que generalmente se consume en redes sociales digitales era plural, la afirmación prácticamente unánime de los estudiantes de la muestra fue que, si bien existe información plural en estas plataformas, el consumo individual estaría más bien sesgado, ya sea porque cada usuario prefiere seguir contenido proactitudinal o por la función de recomendación de los algoritmos. Por ejemplo, en relación a quienes enfatizaron en las decisiones individuales de elegir ideas afines, el **caso #8, mujer, 21 años, campus Andrés Bello**, indicó que “las redes sociales, si es que son plurales, claro. En Facebook, tú te puedes encontrar un montón de información de diferentes medios o páginas que sigue la gente según su posición política (...). Pero, si la información que van a consumir es plural, para nada. Consumen la misma información que ellos quieren escuchar”. Igualmente, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que la pluralidad dependía de la gente con la cual uno definía interactuar: “si eres una persona que tiene amigos de derecha, de centro y de izquierda, puede que sí, sea una información bastante plural. Pero, al menos en mi caso, y en los casos de gente más cercana, tiende a ser una burbuja”. En la misma línea, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, planteó que “la información que hay en redes sociales sí es plural. Porque, en realidad, si tú quieres tener cierta visión, la puedes buscar y la puedes encontrar. Pero creo que lo que se consume en general no es plural, pero porque uno no consume la información que no le interesa”.

Para ilustrar los casos que dieron mayor relevancia a los algoritmos para justificar la falta de pluralidad en el consumo informativo individual en redes sociales digitales, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, señaló que lo que se accedía en estas plataformas no era tan plural, “por el tema de los algoritmos, que tienden a mostrarte *tweets*, perfiles de

Instagram o *posts* de Facebook que generalmente se relacionan, o de gente que comparte los mismos valores o gustos que tú”. O bien, el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, apuntó a que, por estas tecnologías de recomendación de información, no habría mucho pluralismo político: “no sé si una misma red social o distintas redes sociales, donde tú ya tienes cierta tendencia, te muestren información muy plural, con respecto a, quizás, tendencias políticas. Pero sí puede mostrarte diversas noticias que sean de la misma tendencia política, y que esas noticias sean muy distintas”. En tanto, el **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, describió que en estas plataformas virtuales había “de todo”, ya que “uno puede pillar desde algo muy facho, casi como fascismo o nazi, o algo muy de izquierda, que hable de socialismo o comunismo”. No obstante a los usuarios les aparecería lo que les gustaría seguir viendo, debido a los algoritmos: “te redirigen a ver información cada vez menos pluralista, cada vez información más dentro de tu burbuja y de lo que te interesa a ti, y dejas de lado todo el resto. Por eso, creo que las redes sociales, en general, no tienen información tan pluralista. Por más que exista, no te aparece”, acotó.

Pasando a la descripción del consumo individual de información plural de cada joven de la muestra, esta podría categorizarse en dos grupos: uno, quienes afirmaron recibir contenido contraactitudinal, ya fuera por decisión propia de seguirlo o porque les aparecía (10 casos); y, dos, aquellos que no accedían a este (12 casos). En el primer grupo, lo más recurrente fue observar casos que declararon recibir publicaciones con opiniones contrarias a las suyas, pero su reacción a estas era de rechazo o indiferencia (7 menciones). En particular, el **caso #3, hombre, 20 años, campus Juan Gómez Millas**, comentó que seguía al excandidato presidencial José Antonio Kast en sus redes sociales, justificando que “la idea es tener al enemigo cerca, saber lo que está haciendo”. Pero, aseveró que lo que veía de este político no impactaba en su opinión, ya que le asignaba “el espacio de burla o de ataque al grupo contrario (...), no es el espacio de visibilización que le doy yo a algo que dijo alguien del Frente Amplio”. Por otra parte, el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, quien confirmó tener intención de voto por el Rechazo para el plebiscito de 2020, expresó que “en general, todos mis compañeros, al menos los que postean, son de una visión (a favor del Apruebo). Los que yo sé que pertenecen a la otra, no postean. Ellos se guardan su opinión para ellos o te lo comentan cuando te juntas con ellos”. Asimismo, fustigó que “siento que tengo amigos del Apruebo que libremente lo dicen”, pero, en su caso, consideraba que “no me conviene publicar tal vez mi opinión en las redes sociales. Porque sé que me van a *funar*, y que voy a quedar como una egoísta, una *facha*, una niña que más o menos es productadura”. En tanto, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas** manifestó que le

aparecía contenido contraactitudinal, pero siempre acompañado de comentarios refutándolo o con opiniones semejantes a la suya. “Por ejemplo, no me aparece la información dura de Libertad y Desarrollo de su cuenta en particular, pero sí me aparecen columnas de esa institución, comentada por otros usuarios”, complementó.

Respecto de los sujetos que afirmaron recibir información plural en sus redes sociales digitales por una decisión personal (3 casos), esta se centraba fundamentalmente en seguir a cuentas de políticos de todas las tendencias en Twitter, argumentando que así buscaban precisamente romper la *burbuja informativa* y recibir mayor contenido diverso. No obstante, reconocían que ver opiniones contrarias no necesariamente impactaba en su postura política. Por ejemplo, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, detalló que en esta red social sigue a todos los partidos y parlamentarios de su distrito: “generalmente los partidos hacen *retweet* o le dan *like* a las mismas cosas de sus partidarios, que no necesariamente son opiniones compartidas por mí”, acotó. Asimismo, explicó que lo hace para “tener la mirada de ambas partes, saber la opinión mía y la del resto. Y nació conociendo este sistema que se da con el *machine learning*, con el algoritmo que tiene Twitter para mostrarte las cosas que a ti te gustan. Sabiendo esto, intenté engañarlo”. A su vez, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, abordó que últimamente ha seguido a personalidades del Rechazo, para “ir viendo por qué las otras personas opinan de la forma que opinan, de dónde surgen esas formas de radicalización”. Pero, aseguró que, cuando buscaba los argumentos de la posición contraria respecto de algún debate en Twitter, no la encontraba: “me gustaría llegar a más opiniones, pero siento que igual las redes no se están prestando mucho ni para uno ni para otro para informarse, sino que ahora está como más ataques. Sobre todo, en política”.

Por otro lado, en el segundo grupo de la muestra, de quienes manifestaron no recibir información contraactitudinal en sus redes sociales digitales, la mayoría indicó que, por distintas razones, preferirían no visualizar contenido de ese tipo (8 menciones). Para ilustrar, el **caso #9, mujer, 26 años, campus Andrés Bello**, comentó que en su *feed* no le aparecía información de distintos puntos de vista, pero admitió que “es tan agotador y agobiante que haya tanta información que, creo que, por salud, es importante ser selectiva con lo que consumimos”. Asimismo, el **caso #12, mujer, 21 años, campus Juan Gómez Millas**, aseveró que su consumo de información “no es plural, pero eso no es necesariamente tan negativo”, ya que “sigo y agregó a Facebook a la gente que quiero, y lo hago pensando en que no quiero ver cosas que no me interesen”, expuso. Finalmente, hubo un subgrupo que tampoco recibía información diversa en sus cuentas de redes sociales digitales, pero

señalaban que les gustaría recibir más contenido de este tipo, a pesar de no realizar muchas acciones en ese sentido (4 casos). En particular, el **caso #1, hombre, 21 años, campus Beauchef**, expresó que le gustaría poder controlar la recomendación del algoritmo “y saber: 'ya, ahora muéstrame lo que no quiero ver’”, ejemplificándolo en “publicidad del Rechazo, la Evelyn Matthei hablando, diciendo cosas. Igual me da curiosidad, no es como que no quiera escucharla”. Por su parte, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, relató que “ahora sigo muchas páginas del Apruebo y me van a mostrar toda la cara bonita del Apruebo probablemente, o todo lo que sea del Apruebo, y yo no recibo nada del Rechazo”, aunque reconoció que no le interesaría recibir información contraria a sus ideas sobre el cambio constitucional, pero sí, quizás, sobre temas medioambientales: “para mí sí sería relevante conocer el otro lado de por qué hay un conflicto medioambiental o por qué se está dando la contaminación en un humedal”, puntualizó.

Hallazgos:

- La opinión prácticamente unánime de la muestra sobre el pluralismo en redes sociales digitales fue que, si bien existiría información plural en general en estas plataformas, el consumo individual sería más bien sesgado, ya fuera debido a que cada usuario preferiría seguir contenido proactitudinal, o bien, por cómo la función de recomendación de los algoritmos los encerraría en burbujas informativas.
- Respecto del consumo particular de información plural de los estudiantes entrevistados en redes sociales digitales, hubo quienes afirmaron que recibían contenido contraactitudinal por una decisión personal de seguirlo, pero que este no impactaba mayormente en su opinión o propiciaba un cambio actitudinal. Asimismo, se presentaron casos a los que también les aparecían opiniones contrarias a las suyas, pero reaccionaban a estas con rechazo o indiferencia.
- El resto de la muestra dijo que no recibía contenido contraactitudinal, de los cuales hubo jóvenes que preferían no visualizar esta clase de publicaciones, mientras otros plantearon que les gustaría que les apareciera más de estas posturas, aunque no realizaban muchas acciones para acceder a estas.

10.3. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la percepción de la muestra sobre el debate democrático en redes sociales digitales.

En esta sección se analizarán cualitativamente los códigos inductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a las percepciones de la muestra sobre el consumo de

información en redes sociales digitales, en particular los fragmentos que abordan la percepción de los estudiantes entrevistados sobre el debate democrático presente en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter. Es decir, se describirá la opinión de estos jóvenes respecto de si consideraban que la información que se consume en general en estas plataformas contribuiría al debate democrático, como también si creían que se daban instancias de debate reales en ellas.

Cuando se les consultó a los estudiantes de la muestra acerca de si creían que la información que generalmente se consume en redes sociales digitales contribuía al debate democrático, más que haber un consenso en lo afirmativo o negativo, lo que se produjo fueron argumentos a favor y en contra del aporte de estas plataformas respecto de este ámbito. Dentro de las posiciones positivas hacia las redes sociales como promotoras del debate democrático, las más mencionadas fueron que se producía una mayor libertad para expresar opiniones; que entregaban un espacio de información y comunicación alternativo a los medios de comunicación tradicionales; y que el mismo flujo informativo permitía una mayor politización de las personas. En cuanto al primer punto, para graficar, el **caso #1, hombre, 21 años, campus Beauchef**, arguyó que “contribuiría al debate democrático, ya que se puede publicar lo que quiera y la persona puede acceder a lo que busque”, mientras que el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, expresó que “me encanta leer los comentarios, y la gente siempre se pone a discutir y da sus argumentos. Y, a veces, uno habla con alguna persona y uno empieza a debatir en torno al tema. Entonces, creo que sí contribuye al debate”.

Asimismo, hubo jóvenes de la muestra que defendieron la idea de las redes sociales digitales como fuente alternativa a los medios tradicionales, como el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, quien fundamentó que “muchas personas hoy se han informado por las redes sociales y, por ejemplo, desde el 18 de octubre, eso se empezó a masificar. El estallido social no habría sido tan grande de lo que fue, si es que no hubiese habido coordinación desde las redes sociales. Entonces, las redes sociales claro que contribuyen al debate democrático, e informado también, que es muy importante”. En una línea similar, el **caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, apuntó que “antes teníamos la tele, solamente. Ahora, sin dudas, (las redes sociales) democratizaron toda la información. Uno se da cuenta de cosas que antes estaban pasando, pero uno no las veía, nadie las cubría”. A su vez, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, esgrimió que, durante la revuelta social, estas plataformas fueron “un espacio en que, además de lo que pasaba en las calles, las personas podían contar su propia experiencia de las consecuencias del sistema en

el que vivimos”. Por otra parte, hubo sujetos encuestados que pusieron mayor énfasis en que el contenido que se consume en redes sociales permite una mayor participación política, como el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, quien advirtió que “personas que antes no opinaban de política y ahora las veo opinando, tienen una opinión con respecto al plebiscito, van a ir a votar, etc. Entonces, creo que, en eso, el flujo de información que proveen las redes sociales sí contribuye a que haya un debate”.

No obstante, también se dieron argumentos en contra de la contribución democrática de la información en redes sociales digitales para el debate democrático. Lo más mencionado fue que la falta de exposición a contenido contraactitudinal no permitiría contrastar las opiniones propias y que muchos usuarios tenderían a consumir información tendenciosa o polarizante. En particular, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, señaló que “si yo veo solo páginas del Apruebo o solo páginas de izquierda, es probable que la opinión que me salga va a coincidir con mi opinión. Entonces, no estaría contribuyendo a un debate democrático, porque no estaría discutiendo o comentando mi opinión con personas que no están de acuerdo con mi opinión o piensan otra cosa al respecto”. Igualmente, el **caso #8, mujer, 21 años, campus Andrés Bello**, aseveró que “no va a haber debate si es que yo me encuentro en estos mismos medios, donde la gente que los sigue no tiene una opinión contraria. Finalmente, el debate democrático uno lo encuentra, por ejemplo, si tomo a 20 personas de diferentes regiones, con diferentes pensamientos políticos y diferentes problemas, y voy a poner a estas 20 personas en una sala”. En tanto, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, acotó que, si bien en estas plataformas había información que contribuía al debate democrático, también refuerza “la parte más humorística, más *meme*, o con noticias más polémicas que, muchas veces, más que generar un debate, polarizan”. Asimismo, el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloísa Díaz**, argumentó que “existen canales donde tú puedes ver debates, entrevistas, y profundizar un poco más el debate democrático. Pero, en términos de popularidad, pienso que estos canales donde se puede profundizar mejor el contenido, no son tan populares. Yo creo que a la gente le parecen más bien *lateros*, y se tiende a consumir una información más simple y tendenciosa”.

Pasando a la percepción de los estudiantes de la muestra sobre la presencia de instancias de debate reales en redes sociales digitales, también se presentaron opiniones divididas, tanto a favor como en contra. Dentro de las posiciones favorables a la existencia de espacios para debatir democráticamente en estas plataformas, los argumentos se enfocaron más bien en aquellas discusiones que se producían entre conocidos o desde perfiles no anónimos. En

específico, el **caso #10, hombre, 24 años, campus Antumapu**, relató haber visto ocasiones en que “dos amigos que piensen diferente, se informan de redes sociales y, después, con sus argumentos, que pueden ser falsos o reales, tienen un debate democrático. Y muchas veces tienen pensamientos del Rechazo, a nivel familiar, y con estas cosas cambian su voto”. De manera similar, el **caso #12, mujer, 21 años, campus Juan Gómez Millas**, aseguró que hay nichos de debate productivo, por ejemplo, “cuando mis compañeros de universidad están conversando sobre algo, y están en desacuerdo, y se ponen a decir los medios comentarios en Facebook. Como, ya, sí, están debatiendo. Pero me pasa, ponte tú, en Twitter, cuando está lleno de *bots* que responden puras estupideces a *tweets*. Me parece que ahí no hay un debate real, no va a ser fructífero”. A su vez, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, puntualizó que en especial Twitter “podría darse un debate democrático más real, porque al final la opinión está asociada directamente al personaje o persona pública que se está mostrando”.

Por otro lado, dentro de los argumentos en contra de la presencia de instancias de debate en redes sociales digitales, los jóvenes encuestados esgrimieron con más frecuencia que estos espacios se prestaban para el enfrentamiento y que tenían deficiencias propias de la comunicación virtual. Por ejemplo, el **caso #20, hombre, 27 años, campus Juan Gómez Millas**, planteó que “la contribución que puedas hacer en redes sociales quizás sea un mensaje, pero nunca se obtiene un verdadero *feedback* en redes sociales. No hay un debate, una conversación, siempre va a ser un enfrentamiento. Siento que no tenemos la cultura para poder usar las redes sociales como una herramienta de debate aún”. Asimismo, el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, profundizó que la falta de debate se daría con mayor énfasis en redes sociales, “porque (un usuario) te puede tratar de la forma que se le dé la gana y, a parte, si no tiene un argumento y se enoja, no se conecta. Se sale de la conversación y no pesca más, y listo. Y te bloquea”. En tanto, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, acotó que aparentemente habría espacios democráticos en los *en vivo* de estas plataformas, cuando se hace en un contexto más formal, con invitados, aunque “cuando tú participas de ese tipo de instancias, después te encuentras que entras y el chat de YouTube son 200 mensajes por segundo de las personas insultándose las unas a las otras”. Junto a ello, apuntó que en esos debates, por lo general, hay gente de una tendencia determinada: “me cuestiono en qué medida eso es realmente democrático o no. Creo que no existen instancias donde gente del Rechazo y del Apruebo, por ejemplo, puedan sentarse a dialogar de manera democrática, porque eso en redes sociales no se da”, complementó. Por último, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, relevó ciertas deficiencias propias del formato digital

para generar debates: “hay mucha información que se pierde al transmitir ideas escribiendo, partiendo por eso. Creo que hay mucha información paraverbal y no verbal que, generalmente, problematiza el debate (...). Además, depende de la cantidad de gente que esté debatiendo. Si es un *post* que tiene muchos comentarios, es difícil hablar con uno y luego contestarle al otro. Se hace muy poco logístico, en ese sentido”, ahondó.

Hallazgos:

- Para los estudiantes de la muestra, más que un consenso, hubo argumentos a favor y en contra de la afirmación de que la información que se consume en general en redes sociales digitales contribuía al debate democrático. Las posiciones más proclives mencionaron que estas plataformas permitían mayor libertad para opinar, un espacio informativo alternativo a los medios tradicionales y el fomento de la participación política. En tanto, las posturas contrarias enfatizaron que la falta de exposición a ideas contrarias no posibilitaba contrastar opiniones y que había una tendencia a consumir información tendenciosa o polarizante.
- De manera similar, hubo jóvenes encuestados que respaldaron la idea de que se daban instancias de debate en redes sociales digitales, principalmente cuando se producían entre personas conocidas o desde perfiles no anónimos. Mientras, otros sostuvieron que los espacios de discusión en estas plataformas no ocurrían en un marco democrático, ya que contaban con deficiencias propias de la comunicación virtual y se prestaban para el enfrentamiento.

10.4. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la percepción de la muestra sobre la calidad informativa en redes sociales digitales y otros medios.

En esta sección se analizarán cualitativamente los códigos inductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a las percepciones de la muestra sobre el consumo de información en redes sociales digitales, en particular los fragmentos que abordan la percepción de los estudiantes entrevistados sobre la calidad informativa presente en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, además de los medios de comunicación tradicionales (diarios digitales y portales, diarios impresos, radio y televisión). Para ello, en primer lugar, se describirán cuáles son los criterios según los cuales estos jóvenes definen la calidad informativa, para después examinar si ellos consideran que la información que se consume en general en las redes sociales digitales y en los medios tradicionales cumple con sus propios parámetros de calidad.

Al ser consultados respecto de qué entendían por calidad de la información, los elementos que plantearon los estudiantes encuestados para definir este concepto pueden ser clasificados en tres categorías: una, aquellos vinculados con el modo en que se transmite la información; dos, con las fuentes informativas; y, tres, con la pluralidad de puntos de vista. Dentro del primer grupo, lo más mencionado por la muestra fue que las noticias debían ser comunicadas de forma objetiva, separando los hechos de las opiniones o con un mayor desarrollo de contenido (11 casos). Al hablar de objetividad, los sujetos entrevistados refieren a diversas interpretaciones, pero se podría reducir el concepto a que los medios intenten remitirse a describir los hechos desprovistos de una posición o tendencia particular. Aunque, ellos mismos reconocen la dificultad de lograr aquello. Por ejemplo, el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, consideró importante “que digan los hechos como son, que sean objetivos y que cuenten toda la versión, porque cada medio cuenta su parte como quiere y como le conviene (...). Creo que es muy difícil escribir algo desde la objetividad, porque siempre va a depender de quién escriba. Pero intentar ser lo más objetivo posible”. A su vez, el **caso #11, mujer, 23 años, campus Andrés Bello**, apuntó que “calidad de información es la neutralidad, que no esté para ningún tipo de tendencia política. Se entiende que eso es súper difícil de lograr, pero, para mí, eso sería lo principal”. En tanto, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, señaló que “si es solamente un titular amarillista que exagera lo que sale después en el contenido del cuerpo, eso para mí no es una noticia de calidad. Pero si intenta, no me gusta la palabra objetividad, pero si trata de relatar los hechos con detalle, para mí también eso es una información de calidad. Aunque de repente se extiende demasiado la noticia”.

Esta conceptualización de objetividad puede ir relacionada también, en parte, con la idea de que se informen las noticias separando los hechos de las opiniones o desarrollando más detalles de lo sucedido. En específico, el **caso #6, hombre, 21 años, campus Beauchef**, aseguró que “la forma de explicar las cosas cambia de un medio a otro, depende de quién la cuente, de decir los hechos y, además, agregar algo de tu opinión o adjetivos que no necesariamente son objetivos. Si uno quiere presentarlo como una columna de opinión, es válido. Pero, cuando la idea es informar, uno debiese separar”. Asimismo, complementó que prefería “la información súper detallada, con fuentes. De dónde salió esto. Lo más detallado posible”. Por su parte, el **caso #17, mujer, 23 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que muchos medios, incluso dentro de los que consume, no eran de calidad, debido a que “siempre aparece algo que está parcializado o que entrega una información como real, cuando

realmente no lo es. Es una opinión. Yo creo que va un poco ahí, en entregar esta información como hecho, cuando es opinión, o viceversa. También creo que las opiniones son válidas de leer y juntan bien una información. Pero el problema viene cuando intentas pasar esa opinión por un hecho”.

Siguiendo con el grupo de jóvenes entrevistados que se enfocaron en el modo de transmitir la información, hubo algunos casos que enfatizaron en un lenguaje con registro formal o técnico como una condición para cumplir con la calidad informativa (3 casos), como el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, quien puso como requisito “un lenguaje más o menos formal, que no sea un lenguaje que esté garabateando a las personas, porque ahí deja de ser una fuente de información, y es una fuente de opinión”. A su vez, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, acotó que “hay un lenguaje más técnico y uno un poco más totalizante”, este último más asociado a la emocionalidad, “y hay alguien que altiro convierte esos conceptos técnicos a una emoción asociada. Por ejemplo: 'porque el Apruebo violentista'. Entonces, al final, generas esta relación entre lo que es el sustantivo y el adjetivo que le meten”, complementó. En consecuencia, para ella, “aunque la información que den es certera, altiro le baja la calidad de la información. Porque estás metiendo un montón de mensajes subliminales que, en especial, cuando tienen que ver con palabras sueltas, muchas personas le enganchan nomás, y no van a ser capaces de identificarlas”.

En cuanto a la categoría de respuestas basadas en las fuentes informativas para definir la calidad de la información, hubo menciones que apuntaron a la necesidad de que las noticias cuenten con fuentes explícitas (6 casos), mientras otros agregaron que las fuentes debían ser, además, confiables o expertas (7 casos). Para graficar, el **caso #2, mujer, 21 años, campus Antumapu**, planteó que “si es que hay una noticia o una publicación, tiene que salir de dónde viene, de dónde fue extraída esa información, su fuente. Creo que eso ya es un indicador de calidad”. Igualmente, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, indicó, como los elementos más importantes para la calidad, “la transparencia y la claridad de la información. Que se especifiquen las fuentes en función de las cuales se está afirmando lo que se está afirmando, o se esté comunicando lo que se esté comunicando”. Por otra parte, el **caso #4, hombre, 21 años, campus Antumapu**, relevó que “venga de una fuente confiable, y que tenga alguna prueba de la situación. Por ejemplo, se cayó un auto, por un lado. Entonces, que haya fotos del lugar, que sea una fuente confiable. Si hay un video o audio, o testigos. Algo que yo pueda ver que me lo compruebe que es verdad. Eso, para mí, sería información de calidad”. En tanto, el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloísa Díaz**,

aseveró que le daba mayor credibilidad a una fuente experta, como un estudio público o una universidad: “Por ejemplo, una noticia que dice: 'según un estudio de la Universidad de Cambridge, el 70% de los chilenos es obeso', tiene más credibilidad, y pienso que es de mejor calidad, que una noticia que diga: 'líder de tal organización asegura que’”.

La última categoría de elementos que esgrimieron los estudiantes de la muestra para definir la calidad informativa se relacionó con que la información transmitida cuente con una pluralidad de puntos de vista (9 casos). En particular, **el caso #14, hombre, 26 años, campus Andrés Bello**, apuntó que, para ser de calidad, una noticia debe contener “distintos puntos de vista en torno al mismo tema, que sea como bien completa en ese sentido”. A su vez, el **caso caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que “la calidad tiene que ver también con la capacidad que tienen de informar cosas que, en el fondo, no son la oficialidad, la hegemonía, sino que tienen que ver con cosas, por ejemplo, que pasen en las movilizaciones, consecuencias de la violencia policial, cosas así, que, en el fondo, no se les hace realce en los otros medios que son más tradicionales”.

Pasando a la pregunta respecto de si los jóvenes entrevistados creían que el contenido que se consume en general en las redes sociales digitales cumplía con los estándares de calidad informativa previamente descritos, si bien algunos casos indicaron que en estas plataformas existía contenido de calidad, pero que dependía de la fuente que se escogiera, todos los sujetos de la muestra reconocieron que había información que claramente no cumplía con dichos criterios. Dentro del contenido que circula en estas plataformas y no sería de calidad, lo más mencionado fueron las noticias falsas o tendenciosas (12 casos). Para ilustrar, el **caso #3, hombre, 20 años, campus Juan Gómez Millas**, afirmó que, si bien las redes sociales permiten una mayor difusión de las noticias, “uno nunca sabe de dónde va a venir esa información y realmente son pocas las personas, o quizás no todas, las que se dan este trabajo de hacer el chequeo de fuentes, de verificar que sea una noticia que realmente está respaldada por hechos”. En tanto, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, señaló que en estos canales digitales hay eventos “que informan cuentas de forma personal, más que desde un medio, y que lo comunican de forma inmediata, pero resulta que no eran tan así como lo informaban las cuentas”, ejemplificándolo en el caso del joven que se precipitó al río Mapocho, a propósito de una maniobra realizada por un carabinero, en el marco de una protesta en octubre de 2020: “al principio se decía que había muerto, y otra cosa que se decía es que el chorro del 'guanaco' lo había empujado al río, por cosas que la misma gente había sido testigo, pero que, al parecer, no la había visto, sino que eran cosas que se decían en el

lugar”. A la par, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, manifestó que, para él, la información de menor calidad es aquella que se sube a redes sociales, sin contar con un medio como fuente, y se viraliza: “independiente de que, muchas veces, puede que sea real, pero igual ese porcentaje de cosas que son reales involucra que hay un gran porcentaje de cosas que no son reales y que, simplemente, por el impacto más emocional que te da esa información, uno lo termina compartiendo y enojándose”, acotó.

Asimismo, algunos casos sostuvieron que la información que se consume en redes sociales digitales tiende a estar sesgada por fuentes u opiniones parciales (7 menciones). Por ejemplo, el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, graficó que “si yo sigo puras páginas, como Radio Villa Francia o Capucha Informa, van a contar siempre su lado, siempre van a ver que lo otro es malo. Y si veo medios más tradicionales, como el 13 o 24 horas, sé que tienen un poco de censura y tampoco van a decir la otra parte. Entonces, no sé si es de calidad. Siento que uno tiene que ver todas las partes”. Por otro lado, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, aseguró que “muchas de las cosas que se comparten y que tienen un *engagement*, tienen que ver con cosas muy *de guata* también. Y esa información, en general, es súper mala en términos de calidad, súper sesgada, no entrega mucha información, a veces es simplemente descalificaciones unidas a un argumento, y se convierte en una masa”. En una línea similar, el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, expresó que, cuando desea informarse sobre un hecho, “si es por personas, no. Yo no me fío ya de nadie, por muy amigos que sean y todo, porque siempre uno al final pone su opinión, lo que quiere, la perspectiva que le interesa. Por eso, al menos yo, aunque sea medio oficial, igual voy a tratar de entrar a una web, más que a las redes”.

No obstante, dentro de la muestra se presentaron casos que enfatizaron en el rol activo de los usuarios para discernir entre la información que es de calidad y aquella que no lo es en redes sociales digitales. En específico, el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, ilustró que “cuando uno sigue una página, tiene que, primero, ir verificando las cosas que van subiendo. Y si hay una sola página, que subió cierta noticia, es porque claramente está un poco falsa. Por eso también es responsabilidad de cada uno ir asumiendo a las redes sociales como una nueva fuente de información”. A su vez, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que, si bien existe contenido de calidad en estas plataformas, “uno tiene que buscarlo y realizar procesos de filtro y de revisión de lo que uno realmente considera relevante”. Sin embargo, consideró que “para alguien que no tiene esos filtros o no le preocupa mucho ese proceso, creo que es sumamente posible que aparezca información de

muy mala calidad o información derechamente falsa, que finalmente desinforme más de lo que informa".

Finalmente, al ser consultados acerca de si creían que los medios de comunicación tradicionales cumplían con los criterios descritos en cuanto a calidad informativa, si bien las opiniones hacia estos fue más favorable en comparación a las redes sociales digitales, prácticamente todos los estudiantes de la muestra plantearon críticas a ciertas prácticas de estos medios que irían en contra de la calidad de la información. Dentro de quienes relevaron el rol informativo de los medios tradicionales, cada joven encuestado destacó más bien aspectos particulares, como la objetividad, fuentes explícitas o pluralidad de puntos de vista, aunque unos elementos más presentes en algunas plataformas que en otras. Para ilustrar, el **caso #8, mujer, 21 años, campus Andrés Bello**, acotó que los medios que consumía eran serios, ya que no incluían opiniones subjetivas: “por ejemplo, el diario El Ciudadano, pone: 'Jueza injusta dicta una sentencia' y le ponen hartos adjetivos. Eso no es objetivo, eso es súper subjetivo, porque emite una opinión. Por eso, yo diría que los medios tradicionales son un poco más cuidadosos en la forma en que entregan información”. Igualmente, el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, declaró que la inmediatez de las noticias en los diarios digitales permite “noticias que son muy objetivas. *Onda*: 'hubo un terremoto de grado tanto, en tal lugar', 'la ministra de Hacienda apareció a hablar del tema'. Entonces, siento que es tal vez más inmediato y con menos filtro”. Por otro lado, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, aseveró que, si bien muchos diarios digitales o impresos distorsionaban los hechos, las fuentes explícitas demostraban una mayor calidad informativa: “el transparentar con quién estás investigando, el tener autores más o menos claros. Un montón de cosas que hacen que uno pueda tener también un poco de pensamiento crítico, y eso sí permite esta ética mínima para la calidad”. En tanto, el **caso #9, mujer, 26 años, campus Andrés Bello**, afirmó que prefería los diarios digitales y la radio, “porque creo que hay harta variedad. Entonces, las consumidoras podemos escoger con qué tipo de información podemos actualizarnos o estar al corriente de las cosas”.

Sitúandose en las críticas más mencionadas por parte de los jóvenes entrevistados hacia la calidad informativa presente en los medios de comunicación tradicionales, la más frecuente estuvo relacionada con los sesgos que estos tendrían al comunicar los hechos noticiosos, ya sea por su línea editorial o por intereses políticos y/o económicos (13 casos). Por ejemplo, el **caso #5, mujer, 19 años, campus Eloísa Díaz**, indicó que “siento que los canales tradicionales siempre van a estar más ligados a la derecha, porque los grandes empresarios

son sus dueños. Porque son familias millonarias que tienen el poder sobre otras cosas y también de los mismos los canales de televisión, o de diarios como La Tercera y cosas así”. Asimismo, el **caso #10, hombre, 24 años, campus Antumapu**, sostuvo que en los diarios impresos y la televisión, “hay intereses asociados, y también tiene que ver con qué vende. Entonces, también tiene que ser atractivo a la gente que consume, como, un ejemplo muy absurdo, que sale todos los días, la delincuencia. Entonces, la gente consume eso y, como consume, compra”. En una línea similar, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, relató que “he conversado con periodistas que, en el fondo, la línea editorial del diario no les permite informar de la forma que a ellos les gustaría, y eso tiene que ver, por ejemplo, con quienes pagan la publicidad de los medios, qué grupos económicos son los que están detrás de esos medios”.

Por último, otra crítica recurrente hacia los medios tradicionales por parte de la muestra fue la publicación de información tendenciosa o sensacionalista (6 casos). En específico, el **caso #18, hombre, 24 años, campus Beauchef**, planteó que, si bien los diarios digitales e impresos mantendrían un nivel de calidad decente, también caen en “titulares tendenciosos, que te llevan a pensar en una cosa o te llevan a cierta sensación del hecho, pero al final no es tan así”. En consecuencia, manifestó que le preocupaba que estos medios “confíen en que la gente va a leer la noticia siempre y se queden en eso, entonces caigan en ese facilismo de que el *tweet* puede ser algo más tendencioso, por ejemplo, porque la gente al final se va a informar dentro de la noticia”. A su vez, el **caso #22, hombre, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, señaló que su credibilidad hacia la TV era nula, debido a que “tengo una percepción sumamente negativa con respecto a la manera de hacer prensa que tienen los canales de televisión, que es sensacionalista, que muchas veces utiliza como elemento principal el miedo o la sentimentalidad, o se dedican a hacer campañas del terror”.

Hallazgos:

- Los principales criterios que utilizaron los estudiantes entrevistados para definir la calidad informativa se centraron en: uno, comunicar de forma objetiva, separando los hechos de las opiniones, con un mayor desarrollo del contenido y un lenguaje formal o técnico; dos, explicitar las fuentes y contar con fuentes confiables o expertas; y, tres, informar con puntos de vistas plurales.
- En relación a la calidad informativa presente en redes sociales digitales, si bien algunos jóvenes encuestados indicaron que había contenido de calidad, todos reconocieron que esto no se cumplía en casos como las noticias falsas o tendenciosas,

o la información sesgada por fuentes u opiniones parciales. No obstante, hubo jóvenes que enfatizaron en el rol activo que deben cumplir los usuarios de estas plataformas para discernir entre la información de calidad y aquella que no lo es.

- La calidad informativa de los medios de comunicación tradicionales fue evaluada de mejor forma en comparación a las redes sociales digitales, en especial en algunos casos que relevaron a los primeros en aspectos como la objetividad, las fuentes explícitas o la pluralidad de puntos de vistas. Sin embargo, prácticamente toda la muestra criticó ciertas características de estos medios, como que informarían de manera sesgada, debido a su línea editorial e intereses políticos y/o económicos, o que recurrirían muchas veces a publicar contenido tendencioso o sensacionalista.

10.5. Códigos inductivos: análisis cualitativo de la exposición de la muestra a noticias falsas sobre el cambio constitucional en Chile en redes sociales digitales.

En esta sección se analizarán cualitativamente los códigos inductivos de las entrevistas semiestructuradas relacionados a las percepciones de la muestra sobre el consumo de información en redes sociales digitales, en particular los fragmentos que abordan la exposición de los estudiantes entrevistados a noticias falsas sobre el cambio constitucional en Chile en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter. Es decir, se describirá cuántos de estos jóvenes declararon haber visto o escuchado contenido sobre el proceso constituyente que ellos pudieran asociar como una noticia falsa y cuáles fueron los criterios que utilizaron para calificarlo de esa manera.

Al ser consultados respecto de situaciones en particular en que hayan recibido noticias falsas (o *fake news*, indistintamente) sobre el cambio constitucional en Chile en sus redes sociales digitales, 18 de los 22 casos de la muestra afirmaron haber visto o escuchado este tipo de informaciones. Ahora bien, de esa submuestra, cabe destacar que la mayoría sostuvo haber consumido aquello principalmente a través de contenido a favor de la opción Rechazo para el plebiscito de 2020 (12 menciones), ya fuera por comentarios de cuentas individuales (8 casos) o, incluso, por la misma campaña oficial o declaraciones de políticos proclives a esta alternativa (4 casos).

En cuanto a quienes indicaron posiciones de perfiles personales del Rechazo, se aludió como noticia falsa la idea de establecer relaciones entre el proceso constituyente actual en Chile y el que se vivió en Venezuela, en especial para los estudiantes entrevistados en agosto y

septiembre, aunque también en el mes siguiente. Para ilustrar, el **caso #7, hombre, 26 años, campus Eloísa Díaz**, aseguró que en YouTube vio “videos que apuntan que este proceso constitucional está organizado por una fuerza externa al país, y que quiere llevar a cabo un proceso similar al de Venezuela, por ejemplo. Que este proceso constitucional replica esa lógica constituyente”. O bien, el **caso #10, hombre, 24 años, campus Antumapu**, quien manifestó ver “todos los días, la *doctrina del shock*, información tipo que Chile se va a quemar, que va a ser una nueva Venezuela, que va a haber una guerra civil”. De manera similar, el **caso #19, mujer, 19 años, campus Juan Gómez Millas**, graficó que vio capturas de pantallas de *tweets*, que le aparecían en Instagram o Facebook, donde consideró que se plasmaban “muchas mentiras sobre cómo han sucedido procesos internacionales. Por ejemplo, dicen que Venezuela hizo exactamente el mismo plebiscito y sacó exactamente los mismos resultados que se estiman acá, y después es una dictadura. Cosas que tienen cero relación causal, que además son mentira”. Por otra parte, el **caso #9, mujer, 26 años, campus Andrés Bello**, expresó haber visto noticias falsas en discursos de políticos a favor del Rechazo, como “el señor (Andrés) Allamand o el señor (José Antonio) Kast, o este señor (Diego) Schalper, que usan este discurso del terror. Como a decirte: “si haces esto, te vas a quedar sin nada”. Creo que es lo más que he visto, y lo he visto en Twitter, que tiene mucho de esa información”.

Luego, en el mes de octubre, cuando ya había iniciado la campaña electoral para el plebiscito 2020 en televisión, algunos jóvenes de la muestra plantearon que la franja del Rechazo contenía noticias falsas, ya que mentiría sobre ciertas reformas o efectos negativos que podría conllevar la aprobación de una nueva Constitución, en especial porque veían esas afirmaciones ya refutadas en sus redes sociales digitales por la campaña del Apruebo o páginas independientes. Por ejemplo, el **caso #13, mujer, 19 años, campus Andrés Bello**, aseveró que “en la misma franja del Rechazo salen muchas noticias falsas respecto al cambio constitucional”, detallando, en particular, que “se dice mucho que ya no va a haber libertad de culto, que la propiedad privada va a dejar de existir, pero todas esas cosas son cosas que se tienen que respetar, porque en el acuerdo se estableció que hay que respetarse, porque son tratados internacionales. Entonces, ese terror que imponen, como de la hoja en blanco y de que vamos a hacer lo que queramos con el país, es mentira”. Asimismo, ella indicó que accedía a este contenido, más que desde la fuente de origen, por “páginas independientes en Instagram o Facebook, o hilos de Twitter, explicando los mitos del Rechazo y las fuentes del terror que está provocando”. En la misma línea, el **caso #21, mujer, 24 años, campus Juan Gómez Millas**, sostuvo que, en la franja electoral del Rechazo, “se ha dicho que, si hay una

nueva Constitución, va a haber más violencia o se va a quitar la libertad de culto o el derecho a la propiedad, que vamos a llegar al comunismo, que vamos a ser igual que Venezuela. Entonces, siento que la campaña del Rechazo se funda en mentiras. porque, en el fondo, no hay más razones para mantener esta Constitución que no sea mantener los privilegios de una clase económica”. En tanto, ella declaró que veía estas ideas principalmente en debates en Twitter, como, por ejemplo, “la campaña del Rechazo diciendo que se va a acabar la libertad de culto y la oposición, o la campaña del Apruebo, diciendo que no, que es una mentira, que el cambio constitucional va a ser con respeto a los derechos humanos”.

Por el lado contrario, el **caso #16, mujer, 28 años, campus Andrés Bello**, la única con intención de voto declarada por el Rechazo, aseguró que, si bien no había visto noticias falsas sobre el cambio constitucional en Chile en sus redes sociales digitales, sí había leído “falsedades”, expuestas por personas favorables al Apruebo, que “creen que, con el cambio constitucional, va a ser el mundo más feliz de la vida”. Asimismo, complementó que “me he encontrado con gente que, tal vez, es una minoría, y que están a favor del Apruebo, y tú les preguntas, y dicen: 'no, es que yo quiero esto, y esto otro, y yo me voy a poder casar. O voy a dejar, tal vez, de ser pobre, o voy a encontrar trabajo’”. O bien, el **caso #15, hombre, 25 años, campus Juan Gómez Millas**, de intención de voto por el Apruebo, quien, además de expresar que reconocía *fake news* en ciertas posturas del Rechazo, calificó lo mismo para posiciones a la izquierda de sus ideas, que decían que el proceso constituyente “es una trampa de la burguesía”. En esa línea, justificó que “a pesar de que no es un proceso revolucionario, cualquier persona sería no puede considerar que el cambio constitucional va a ser la panacea a los problemas que tenemos en Chile. Entonces, darle más atribuciones a un proceso que no las tiene, me parece que es *fake news*, es un intento por generar ideología en el mal sentido del término”.

Finalmente, hubo estudiantes de la muestra que afirmaron haber visto o escuchado noticias falsas en redes sociales digitales, pero sus respuestas estuvieron más enfocadas a otro tipo de contenido (6 casos), como publicaciones que desinformaban sobre el plebiscito de 2020, en particular confundiendo las características de las Convenciones Mixta y Constituyente o entregando recomendaciones erróneas sobre las medidas para ir a votar en pandemia. Asimismo, informaciones desmentidas de las cuales se enteraban a través de la página Fast Check CL, un medio de Instagram que realiza fact-checking sobre determinadas noticias o aseveraciones en circulación.

Hallazgos:

- 18 de los 22 estudiantes de la muestra declaró haber visto noticias falsas sobre el cambio constitucional en Chile en sus redes sociales digitales, aunque la mayoría las asoció a contenido a favor del Rechazo, tanto por comentarios de cuentas personales como, incluso, por la misma campaña oficial o declaraciones de políticos proclives a esta alternativa.
- Dentro del contenido del Rechazo que fue vinculado como *fake news* por los casos mencionados, se indicaron afirmaciones como relacionar el proceso constituyente actual en Chile con el venezolano y sostener que la nueva Constitución iba a afectar la libertad de culto o el derecho a la propiedad, entre otros. También hubo un caso, con intención de voto por el Rechazo, que asoció ciertas ideas del Apruebo a “falsedades”, mientras que otro joven encuestado calificó algunas críticas de la extrema izquierda hacia el proceso constituyente como noticias falsas.
- En otros contenidos vistos en redes sociales digitales que fueron catalogados como *fake news* sobre el cambio constitucional en Chile, los estudiantes entrevistados señalaron publicaciones que desinformaban sobre el plebiscito de 2020 y otras informaciones desmentidas de las que se enteraban por páginas de *fact-checking* presentes en estas plataformas.

DISCUSIÓN

Capítulo 11. Discusiones finales.

A continuación, se procederá a relevar las principales conclusiones del análisis de resultados, con el propósito de responder a la pregunta de la investigación, que busca comprender cómo los algoritmos de las redes sociales digitales moldean las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile y afectan su opinión y sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en el país. Para ello, se expondrán dichos hallazgos en tres categorías: Dinámicas de consumo de información, Impacto de las dinámicas de consumo de información en la opinión e Impacto de las dinámicas de consumo de información en las interacciones sociales. Dichas categorías, a su vez, se corresponden con los tres primeros objetivos específicos de este estudio.

Dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile sobre el cambio constitucional en Chile

- Si bien los jóvenes no utilizan las redes sociales digitales con fines meramente informativos, estas plataformas sí resultaron ser la fuente de información mayoritaria sobre el cambio constitucional en Chile, con Instagram y Twitter como las más mencionadas, y YouTube siendo más recurrente en los hombres. Respecto de los medios de comunicación tradicionales, pese a que los estudiantes de la muestra acostumbran consumir noticias de manera frecuente en diarios digitales y portales o en televisión, prácticamente todo lo visto en los primeros, y buena parte de la segunda, se puede explicar porque el contenido de estos medios aparece en las redes sociales digitales. La comunicación presencial es una fuente de información relevante, pero, en específico sobre este tema, se vio afectada por la pandemia de Covid-19.
- Puede resultar paradójico que las redes sociales digitales hayan sido la principal fuente de información de los jóvenes, si se considera tanto la evaluación regular en cuanto a nivel de confianza hacia la información vista o escuchada en estas, como también la baja calidad informativa que se le asigna a cierto contenido presente en ellas. No obstante, con el mismo código inductivo de percepción sobre calidad de la información, se puede apreciar que estos estudiantes otorgan relevancia a la responsabilidad de los usuarios de seleccionar fuentes fidedignas, por lo que es posible presumir que la confianza de cada usuario se reflejará en los criterios

individuales con que elige determinadas fuentes de información, a la par que dichas elecciones repercuten en el *medio* de estas plataformas y las recomendaciones de los algoritmos, en un proceso circular de retroalimentación.

- La información más frecuente que apareció en el *feed* de las redes sociales digitales de los estudiantes de la muestra sobre el cambio constitucional en Chile fue, por un lado, propaganda oficial y material gráfico o audiovisual a favor de una de las opciones de voto para el plebiscito de 2020 y, por otro, noticias sobre esta elección en enlaces de diarios digitales y portales. Sobre el 80% del contenido político propagandístico que vieron en estas plataformas era proclive al Apruebo, ya sea por páginas que seguían que hacían publicaciones apoyando esta alternativa, como por *exposición incidental a la información* mediante contactos. Ahora bien, las mismas interacciones en el *feed* por parte de estos jóvenes ayudaron a este flujo informativo mayor del Apruebo, ya que ellos mismos declararon publicar y compartir habitualmente contenido a favor de esta opción. Mientras, el Rechazo aparecía en el *feed* principalmente al ser compartido por contactos, en modo de refutación o burla, o a través de publicidad, y las reacciones hacia estos *posts* eran menos frecuentes y algunas no contribuían en su difusión.
- A partir de los códigos inductivos, se puede inferir que los jóvenes no consideran que su consumo de información personal en redes sociales digitales sea plural, lo cual sería provocado, para algunos, en mayor medida por la recomendación algorítmica y, para otros, principalmente por la acción individual de seguir contenido proactitudinal. Sin embargo, incluso en los casos que seguían o les aparecían fuentes del Rechazo, el impacto en sus opiniones no promovía un cambio de actitud, sino que los mensajes de dichas fuentes eran leídos desde la desaprobación o la indiferencia.

Impacto de las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile en su opinión sobre el cambio constitucional en Chile

- De los 22 casos de la muestra, 20 declararon su intención de voto por el Apruebo para el plebiscito de 2020, quienes, además, coincidían con la identificación política Izquierda-Centroizquierda. Dentro de este grupo, hubo una opinión relativamente homogénea sobre el cambio constitucional en Chile, la cual se podría resumir en un diagnóstico de que la actual Constitución consolidó un Estado subsidiario, el cual habría producido desigualdad socioeconómica y en el acceso y calidad a determinados derechos sociales. Además, esta Carta Magna obstaculizaría, por sus

“cerrojos constitucionales”, ciertas reformas que permitirían avanzar hacia un Estado garante de la igualdad en el acceso y calidad de estos derechos sociales, siendo los prioritarios la salud, la educación, la seguridad social y recursos naturales como el agua. No obstante, también hubo jóvenes que incluyeron, como posibles cambios para una nueva Constitución, demandas más particulares, sobre pueblos indígenas, igualdad de género, diversidad sexual y discapacitados; o reformas al Estado, en especial para el Ejecutivo y el Congreso.

- El *medio* que tuvo el principal impacto para formar la opinión de los estudiantes sobre el cambio constitucional en Chile fue la comunicación presencial, ya que todos indicaron haber constituido su posición actual a partir de este canal, siendo la universidad el entorno físico más influyente. La conversación cara a cara con personas de confianza también fue relevante, tanto para conformar el juicio, como para modificarlo; mientras que las instancias colectivas de información y discusión sirvieron, más bien, para corroborar la postura inicial. En tanto, el *medio* de las redes sociales digitales cumplió la función de confirmar las creencias sobre el proceso constituyente para prácticamente todos los casos e, incluso, para muchos, de sumar más información y argumentos para sustentar su postura. Por último, los medios de comunicación tradicionales tuvieron, para unos, un rol confirmatorio y, para otros, uno meramente informativo, que no varió en la opinión. Al combinar todos estos *medios*, se puede deducir que estos jóvenes no tuvieron mayores instancias para modificar su opinión, o la *forma* de sentido en su dimensión *objetual*, sobre la nueva Constitución, debido fundamentalmente a la composición de sus redes interaccionales presenciales y digitales.
- A partir de los códigos inductivos, se puede inferir que los jóvenes consideran que la falta de pluralismo en el consumo personal de información en redes sociales digitales solo facilita que se confirmen las creencias. Junto a ello, el contenido contraactitudinal visto en estas plataformas no promovía una modificación en la opinión, más aún cuando muchas afirmaciones de seguidores del Rechazo aparecían derechamente como noticias falsas refutadas para los usuarios. Es decir, esto último ilustraría el modo en que estos jóvenes tuvieron sus escasas aproximaciones hacia la opinión contraria, y construyeron una *forma objetual* de sentido muy parcializada de esta, a través de sus redes sociales digitales.

Impacto de las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile en sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en Chile

- En referencia a las interacciones sociales *online* en el *medio* de las redes sociales digitales, como ya se indicó respecto de la retroalimentación del *feed*, los jóvenes con intención de voto por el Apruebo publicaron, le dieron *like* y compartieron habitualmente contenido proclive a esa opción para el plebiscito de 2020 en sus cuentas, mientras que, con los *posts* del Rechazo, se solía comentar, para criticar, o compartir, para refutar o burlarse, aunque en menor medida que con lo primero. Esto da cuenta de que las interacciones sociales, o construcción de *formas* de sentido en su dimensión *social*, tienen, en el *medio* de estas plataformas, una alta probabilidad de aceptación cuando se comunica contenido proactitudinal en redes con una opinión similar, mientras que, en el mismo grupo, un contenido contraactitudinal tiene una alta probabilidad de rechazo.
- En cuanto a participar en debates en estas plataformas, la mitad de la muestra afirmó hacerlo, ya sea en comentarios de publicaciones o en *hashtags* de Twitter, aunque muchos reconocieron que esto se daba en un marco de enfrentamiento. Por otro lado, el resto prefería restarse de esos espacios, ya que manifestaron que la discusión en estas interfaces era improductiva. Al respecto, cabe recurrir al código inductivo de percepción sobre el debate democrático en redes sociales digitales para comprender esto último, ya que los jóvenes sostuvieron que había instancias de debate real en estas plataformas cuando era entre personas conocidas o, al menos, entre perfiles no anónimos. En consecuencia, se advierte que, para ellos, mientras más estrecho es el vínculo comunicativo presencial, mayor probabilidad hay de que se produzca un debate con respeto en redes sociales digitales. Esto también se puede observar en los testimonios de los casos sobre las acciones que toman cuando se exponen a opiniones contrarias a las suyas, ya que tienden a eliminar al contacto cuando no existe ese lazo presencial con la persona, y a criticar cuando existe mayor confianza con esta. Es decir, se puede colegir que la comunicación, o construcción de sentido en su dimensión *social*, que se produce en el *medio* de las redes sociales digitales, carece también de ciertos aseguramientos estructurales que probabilicen la aceptación de dicha comunicación entre un *alter* y un *ego*, pero los vínculos presenciales pueden hacer de complemento parcial en ciertos eventos.
- Pasando al impacto de la información consumida en redes sociales digitales para la

interacción social *offline*, se puede apreciar, según lo expuesto por los estudiantes de la muestra, que estas plataformas actuaron claramente como *medios* para convocar a instancias de participación ciudadana con cierta vinculación al cambio constitucional en Chile, como las marchas, concentraciones y cacerolazos en el contexto del *estallido social*, o los cabildos y asambleas ciudadanas por una nueva Constitución. Incluso, para estos jóvenes, el anonimato de quien comunica en las plataformas digitales fue clave para llamar a las primeras marchas de octubre de 2019, con el caso de afiches que circulaban en estas aplicaciones virtuales, pero sin organizaciones convocantes. Asimismo, muchos casos aseveraron que las redes sociales digitales, como fuente alternativa de información a los medios tradicionales, tuvieron un rol crucial para masificar lo que ocurría en las calles, como se señala en el código inductivo de percepciones sobre el debate democrático. En otras palabras, se puede inferir que el *medio* de las plataformas digitales posibilita nuevas posibilidades comunicativas, como realizar convocatorias con mayor probabilidad de ser aceptadas para estos casos, debido a la ausencia de un emisor que notifique el mensaje y, por ende, pudiera ser objeto de desconfianza. O bien, la opción de publicar contenido informativo independiente de los medios tradicionales.

- Por último, el impacto que tuvo la información vista o escuchada en redes sociales digitales fue menor respecto de alentar la participación de los jóvenes en organizaciones políticas o sociales formales, salvo en el caso de las actividades en apoyo a causas sociales. No obstante, este incentivo se redujo solo a actividades puntuales, sin exigir un compromiso mayor en el tiempo hacia estos estudiantes. De hecho, por múltiples razones, que van desde la desconfianza a razones más personales, los jóvenes no tienen una predisposición a sumarse a estos espacios formales, salvo en eventos coyunturales, como hacer campaña para un comando electoral o formar parte de alguna actividad vecinal. Incluso, se identificó una percepción negativa de parte de los mismos estudiantes hacia el rol de su propia organización estudiantil, la que se habría acrecentado producto del *estallido social*. En consecuencia, se puede deducir, a partir de los testimonios de la muestra, que los jóvenes no tienen mayor interés en ingresar de manera formal a una organización política o social. Sin embargo, el *medio* de las redes sociales digitales permite que estas orgánicas sobrevivan y logren incentivar a estos jóvenes a sumarse a actividades puntuales y construir, dentro de ellas, *formas* de sentido en su dimensión *social*, aunque solo sea momentáneamente.

Retomando la pregunta de la investigación, es posible advertir que el modelo de la *burbuja informativa* (Pariser, 2011) resulta insuficiente para explicar los hallazgos previamente expuestos, incluso a pesar de que se observa una evidente falta de exposición a ideas diversas sobre el cambio constitucional en Chile en el *feed* de las redes sociales digitales de los estudiantes entrevistados. La razón para afirmar esto obedece a que los supuestos que sustentan dicha teoría no son comprobables a partir de la evidencia empírica de este estudio exploratorio, ya que, para su autor, el filtro informativo personalizado de los algoritmos se caracterizaría por encerrar al usuario de manera invisible, sin ofrecerle la posibilidad de elegir si aceptarlo o rechazarlo, o siquiera distinguir cuán sesgado es realmente.

No obstante, al analizar los resultados de los códigos inductivos, se puede corroborar que los jóvenes de la muestra, en general, conocen sobre el rol de los algoritmos en la recomendación de noticias a los usuarios y sus posibles efectos negativos. Asimismo, reconocen que el consumo de información individual en redes sociales digitales estaría sesgado, tanto para el común de la población, como en su caso particular sobre el proceso constituyente nacional. Sin perjuicio de aquello, fueron pocos los individuos que afirmaron tomar acciones para nutrir el *feed* de sus cuentas personales con contenido contraactitudinal, y más bien primaron aquellas tendientes a reducir la exposición a ideas contrarias o diversas, ya sea siguiendo y realimentando cuentas con opiniones similares, o bien, eliminando, silenciando, ignorando o criticando las que publicaran la visión opuesta. Es decir, la cuestión que el modelo de la *burbuja informativa* no logra resolver es por qué los participantes de este estudio, aun sabiendo que están siendo afectados por un filtro informativo, persisten en realimentarlo a través del uso selectivo de estas plataformas digitales.

En consecuencia, la hipótesis alternativa que sostiene esta investigación busca reemplazar la comprensión de los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales a partir de la transmisión directa de sentido hacia la consciencia del usuario, por una matriz conceptual que entienda este fenómeno como *formas* de sentido que encuentran su potencial en *medios* complejos (biológicos, psíquicos, sociales, culturales y tecnológicos), los cuales se acoplan y realimentan entre sí, provocando que el resultado de dichas formas sea altamente contingente y contextual. En otras palabras, tanto los algoritmos como las dinámicas de consumo de información, opiniones e interacciones sociales, no son variables fijas, sino que se van configurando por la interacción, en el acoplamiento de sistemas cognitivos, sociales y tecnológicos, como desarrollaremos a continuación.

Al observar las principales conclusiones de este estudio exploratorio, se puede distinguir que el efecto de los algoritmos de las redes sociales digitales hacia los usuarios no es lineal, sino que sigue un patrón circular, donde, en primer lugar, el uso previo de estas plataformas, por parte de cada joven y de sus redes interpersonales, habría conformado un *feed* personal escasamente plural respecto de este tema político en particular. Luego, dicha selección poco diversa de fuentes produjo que estos estudiantes confirmaran de manera significativa sus creencias, mientras que la opinión contraria, reducida en exposición, no tuvo el potencial suficiente para influenciar un cambio de actitud en ellos. A su vez, la interacción de estos sujetos en redes complejas en torno a una postura específica sobre el proceso constituyente, donde confluyen los contextos *online* y *offline*, provocó que tanto el algoritmo como sus propios nichos comunicativos volvieran a ser realimentados. Es decir, en términos simples, al observar ese patrón circular es posible reconocer las condiciones de posibilidad de la emergencia del filtro informativo que afecta a los jóvenes participantes de este trabajo.

Siguiendo la línea de la hipótesis investigativa, para Baecker (2019) este círculo de interacción entre el humano y la máquina representaría la interrupción del proceso de *individualización* iniciado en la modernidad, donde la capacidad de los sistemas sociales para sorprender con una información es fundamental para reproducir su propia *autopoiesis*. Esto es especialmente relevante con los medios de comunicación tradicionales, ya que se basan en tecnologías que excluyen la interacción entre presentes, por lo que estos solo pueden suponer la aceptación de su oferta informativa; lo que le da al consumidor, a su vez, mayor libertad para tomar de esta lo que le conviene o cree necesario saber (Luhmann, 2000). En cambio, con la *personalización algorítmica*, la realimentación entre tecnología y sociedad reduce la imprevisibilidad de las noticias que aparecen en las redes sociales digitales, porque, con nuestras interacciones, le decimos a estas plataformas quiénes somos y de qué modo deben referirse a nosotros. Sin embargo, esto último, por sí solo, no contesta a la pregunta acerca de por qué los estudiantes entrevistados eligieron mayoritariamente reforzar el filtro informativo, incluso siendo conscientes de ser afectados por él. Igualmente, no explica cómo ocurre que, en ciertos casos de estudio, se produzcan *burbujas informativas*, mientras que, en otros, no, como bien señala el metaanálisis de Moeller y Helberger (2018) sobre el campo de investigación respecto de estos efectos.

El modelo interpretativo alternativo que sugiere esta investigación es el de estructuras comunicativas de *identidad* y *control*. Es decir, no solo los usuarios son sometidos a un *control* por parte de las redes sociales digitales, con tal de comprender cómo operan sus

identidades sociales, y de generar informaciones acordes a ello. Adicionalmente, el *medio* de estas plataformas y las interconexiones en redes complejas que son posibilitadas a partir de él, sobreexigen la comprensión de cualquier observador y producen que los *proyectos de control* se enfrenten continuamente al logro o al fracaso (Baecker, 2018). Dicho de otro modo, con la personalización informativa, son las propias elecciones de los individuos, motivadas por perseguir expectativas confortables dentro de la complejidad de relaciones sociales que se encuentran en las redes sociales digitales, las que definen y redefinen la estructura tecnológica y social que luego los condiciona, en un proceso circular continuo. Esto, claramente, choca con la concepción ilustrada de un espacio público que garantice la información veraz, la pluralidad de puntos de vistas y el debate de ideas, ya que, en estas plataformas virtuales, la sociedad no buscaría reaccionar a un excedente de *crítica*, sino esencialmente a un excedente de *control*.

Considerando aquello, un modo de explicar los resultados de este estudio exploratorio, sin recurrir únicamente a la variable tecnológica, es través de Baldassari y Bearman (2007) y su modelo interpretativo de las dinámicas de polarización política y social en la interacción y la influencia interpersonal. Según estos autores, una de las paradojas del estudio del fenómeno de la polarización consiste en que los individuos advierten cierta homogeneidad de actitudes en sus redes interpersonales, a pesar de que en la mayoría de temas se conserva la heterogeneidad de actitudes. Es decir, los grupos se polarizarían solo en ciertos temas específicos que son recurrentes en la discusión política. En consecuencia, con el propósito de identificar el modo en que se produce la polarización en un público con posiciones moderadas sobre la mayoría de los temas, plantearon un modelo para observar cómo la elección de qué temas discutir, y con quiénes, proporcionan la base para la influencia interpersonal.

Dicho modelo fue sometido a miles de simulaciones por computadora, donde se pudo conocer la intensidad de opiniones de los actores, sobre los distintos temas, en cada discusión. Uno de los resultados más destacados de este estudio señala que, cuando se trata de temas que son importantes para las personas, ellas revelarán sus puntos de vista con mayor selectividad, eligiendo desproporcionadamente a pares que estimen que tengan opiniones ampliamente similares a las suyas. Esto, como efecto, inducirá a la vivencia de una red de discusión segregada sobre el tema de interés, a pesar de que en la amplia gama de otros temas se mantenga la heterogeneidad. La polarización social, a su vez, según estos autores, revelaría las condiciones de posibilidad para la acción colectiva, ya que esta implica la movilización y persuasión entre actores con múltiples preferencias. En ese contexto, tanto el surgimiento de

un tema de interés público, como la formación de identidades sociales, son variables interdependientes. Primero, porque no pueden surgir particiones sociales significativas en ausencia de temas destacados y, segundo, porque la polarización de actitudes tiene poca importancia si no se cristaliza en patrones relacionales.

White (2008) sostiene que la configuración del modelo interpretativo de Baldassari y Bearman se corresponde con los conceptos de *identidad* y *control*, en especial para explicar, desde la teoría de redes, resultados involuntarios que resultan paradójicos para el sentido común. Esto debido a que la comunicación reiterativa entre *identidades* es un aspecto de buscar expectativas confortantes en las relaciones sociales (*control*), y dicha repetitividad puede formar una red grabada en el espacio público, con una *identidad* propia e influencias que fluyen a través de sus lazos y ayudan a modelarla. Por lo tanto, dicho modelo de las dinámicas de polarización es útil para nuestra investigación, dado que permite comprender por qué los estudiantes entrevistados por este estudio exploratorio se encerraron en una *burbuja informativa*, sin recurrir a la explicación unidireccional de señalar al algoritmo, sino a un esquema circular que contemple a las variables tecnológica y social como construidas por la interacción y la influencia interpersonal.

Primero, porque la estructura de redes de interacción de estos jóvenes no solo estuvo determinada por los algoritmos, sino primordialmente por las elecciones que ellos tomaron al preferir ciertos lazos, motivados por la búsqueda de *control*, y cómo dichas elecciones reconfiguraron la estructura. En esa línea, Baldassari y Bearman (2007) esgrimen que cuanto más una persona esté comprometida con una causa, es más probable que inicie una conversación sobre ella; además de que los actores tienden a interactuar con otros ideológicamente similares a ellos. De modo tal que la falta de pluralidad de los nichos interaccionales presenciales y digitales de la muestra encuestada, en cuanto a actitudes sobre el cambio constitucional en Chile, puede vincularse con las variables sociodemográficas de un alto interés en el tema y un elevado compromiso político.

Y, segundo, porque la configuración de dichas redes de interacción, construidas tanto por el *medio* tecnológico como por el social, es la base para la influencia interpersonal. Al respecto, según estos autores, las personas con creencias sólidas sobre un cierto tema, como es el caso de la muestra de estudiantes de la U. de Chile, son menos susceptibles al cambio de actitud. Asimismo, dado que los sujetos altamente comprometidos tienden a interactuar más frecuentemente entre sí, es más probable que refuercen su compromiso. Por ello, si bien se

identificó que estos jóvenes estuvieron expuestos a contenido contraactitudinal sobre el proceso constituyente de nuestro país, este era leído desde la desaprobación o la indiferencia.

No obstante, se debe reconocer también que las dinámicas sociales estructurales esbozadas por Baldassari y Bearman fueron observadas en un *medio* presencial de interacción, por lo que se debe incorporar, para el análisis de los resultados de nuestro estudio exploratorio, las características propias del *medio* de las redes sociales digitales. En ese sentido, un elemento a relevar es la idea de que las operaciones de la *máquina invisible* vuelven difusa la figura del emisor (Luhmann, 2006), por lo que la confianza en el proceso comunicativo virtual no recae necesariamente en la posición social de la fuente, sino que oscila entre dar fe a la información que se recibe o reforzar la observación de segundo orden hacia quién la emite.

Esto último se aprecia de manera transversal en los códigos de las entrevistas a los estudiantes de la muestra. Por ejemplo, en la desconfianza que les inspiró la información en redes sociales digitales y la importancia que le dieron a la responsabilidad de cada individuo para seleccionar fuentes fidedignas. De igual manera, en el modo en que consideraron las fuentes explícitas como un criterio relevante para definir la calidad informativa; o por la forma en que vincularon la noción de *fake news* con opiniones contraactitudinales. Asimismo, en la percepción negativa que tuvieron sobre la calidad del debate en estas plataformas, más aún cuando el otro no contara con un perfil reconocible. Es decir, en todos estos aspectos se hace visible el problema de la disolución de las formas firmes de confianza, por lo que reconocer la intencionalidad del emisor en redes sociales digitales, con tal determinar su credibilidad, se vuelve una operación de *control* crucial para estos jóvenes. Incluso, a pesar de que, en ciertas ocasiones, dicha distinción se trace según criterios idiosincrásicos, por lo que la voz de los expertos para definir las pretensiones de verdad se torna amenazada (Bunz, 2017).

Por otro lado, a diferencia de la comunicación presencial, en el *medio* de las redes sociales digitales no siempre es una posibilidad ser selectivo respecto de los participantes de una discusión sobre un tema de interés en específico. En estas plataformas fluyen publicaciones sobre diversas temáticas y, en ocasiones, uno puede exponerse a contenido no deseado o a críticas. De modo que acciones como eliminar, silenciar, ignorar o criticar contactos por orientaciones políticas contrarias es una dinámica de *control* relativamente probable para mantener una estabilidad en las conversaciones sobre ciertos temas con un alto compromiso. Además, porque muchas veces estas informaciones son formuladas para obtener aceptación

en redes de interacción con actitudes similares, por lo que es natural que generen indiferencia o rechazo en grupos con opiniones opuestas, en vez de un cambio de actitud.

En resumen, a partir de la observación de todos estos *medios* tecnológicos y sociales combinados, se logra formular una aproximación teórica para comprender la paradoja sobre la persistencia de los participantes de este estudio exploratorio por realimentar selectivamente el filtro informativo en sus redes sociales digitales, aun siendo conscientes de sus efectos. Dichos *medios* proporcionaron las condiciones que posibilitaron las dinámicas de *control* de los jóvenes de la muestra, donde la búsqueda de expectativas que probabilizaran la fluidez del proceso comunicativo en redes de interacción complejas llevó a la reducción de la imprevisibilidad de las informaciones, tanto desde la máquina al usuario como entre usuarios (Baecker, 2019).

Los resultados de nuestra investigación dan cuenta de dichas dinámicas. La personalización informativa permitió que los estudiantes tuvieran la opción de escoger sus propias fuentes y nichos interaccionales sobre el cambio constitucional en Chile. El alto compromiso político con el tema de interés los llevó a seleccionar significativamente perfiles con orientaciones similares a las suyas, lo cual trajo como resultado un *feed* escasamente plural en sus interfaces. Esta configuración sesgada, a su vez, produjo que los sujetos confirmaran mayoritariamente sus creencias sobre el asunto y, correlativamente, disminuyera la probabilidad de un cambio de actitud. Asimismo, sus redes de interacción *online* y *offline* tendieron a polarizarse, debido a la homogeneidad de actitudes en torno a la nueva Constitución. Ahora bien, en todo este proceso participaron los algoritmos de las redes sociales digitales, aprendiendo sobre las *identidades sociales* de los usuarios y recomendando informaciones acordes con estas. Es decir, cada uno de los *medios*, social y tecnológico, contaría con una memoria propia, la cual se iría actualizando con las elecciones realizadas por los jóvenes en cada momento, sobre la base de sus propias vivencias previas.

Como una especulación adicional que, si bien no deriva del objeto de este estudio, puede comprenderse como parte de él, cabe relevar la afirmación de Baldassari y Bearman (2007) de que la polarización social reviste las condiciones de posibilidad para la acción colectiva, porque se vincula la emergencia de un tema de interés en la esfera pública con la formación de identidades sociales. Esto es materia de atención, ya que, según los resultados de nuestra investigación, las redes sociales digitales fueron un *medio* trascendental para que los jóvenes de la muestra participaran de redes de interacción e influencia sobre el *estallido social* y el

cambio constitucional en Chile. En otras palabras, estas plataformas constituyeron el espacio de *opinión pública digital* y de *contrapoder* (Castells, 2012; Bunz, 2017) necesarios para persuadir y movilizar a distintos actores en torno a un asunto de interés público.

Asimismo, vale la pena subrayar la característica ausencia de un emisor que convocara a las primeras marchas de octubre de 2019. Una posible explicación puede darse a partir de la idea de White (2008) de que las *identidades* pueden acoplarse y desacoplarse de un tema a otro en búsqueda de *control*. En consecuencia, el anonimato habría sido un mecanismo que probabilizó la convocatoria de múltiples y heterogéneas identidades en torno a una causa común, pero difusa en cuanto a sus demandas concretas, como fue el *estallido social*. En ese sentido, los códigos de las entrevistas respecto de las opiniones de los estudiantes sobre el cambio constitucional en Chile permiten conocer su mirada particular acerca de cuáles serían las exigencias esenciales para dicho movimiento social, y cómo estas podrían ser plasmadas en una nueva Constitución. No obstante, esta no dejaría de ser una descripción específica de un grupo sociodemográfico en particular, dentro de la complejidad de nichos de interacción que pudo agrupar esta protesta.

A modo de conclusión de este capítulo, los resultados de este estudio exploratorio permiten confirmar la hipótesis investigativa, en relación a que la personalización informativa en redes sociales digitales llevó a un modelamiento circular entre los algoritmos y las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de los jóvenes de la muestra, lo cual trajo como efecto la emergencia de estructuras de *identidad* y *control* que redujeron la imprevisibilidad de las informaciones sobre el cambio constitucional en Chile que circularon en estas plataformas.

Capítulo 12. Limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación.

Al ser este un estudio exploratorio, ya que pretende efectuar una primera aproximación a la observación de las dinámicas de consumo de información, las opiniones e interacciones sociales de una muestra de un determinado grupo sociodemográfico, en ciertas redes sociales digitales, sobre un tema en particular, son muchas las interrogantes que se abren para eventuales futuras líneas investigativas sobre los potenciales efectos de la inteligencia artificial y la personalización informativa en el ámbito de la comunicación política.

En primer lugar, dado que se seleccionó a jóvenes chilenos como sujetos de estudio, resultaría

interesante explorar la construcción de sentido mediada por los algoritmos de las redes sociales digitales en otros grupos etarios y contextos nacionales. Uno, porque se conoce que el segmento joven es el que utiliza con mayor frecuencia las redes sociales digitales para informarse, por lo que los resultados de esta investigación podrían ser contrastados con otros grupos etarios con menor consumo de noticias en ellas. Esto, con tal de observar las similitudes y diferencias de las consecuencias de la exposición de contenido político, en estas plataformas, en las opiniones e interacciones sociales. Y, dos, porque si bien Chile cuenta con altos índices de penetración de Internet y herramientas digitales, es un país que mantiene una brecha digital considerable. Consiguientemente, sería relevante cotejar la evidencia de este estudio con aquella que se pueda encontrar en grupos sociodemográficos con un acceso tecnológico más restringido o con perfiles de uso distintos. Luego, estas observaciones podrían ser confrontadas frente a países con otros niveles de penetración de Internet y de brechas digitales.

Segundo, se presentan limitaciones en esta investigación que son propias de la muestra, como su tamaño reducido, su focalización exclusiva en la Universidad de Chile y, por parte de los jóvenes entrevistados, un alto interés en política, un sesgo en la identificación con la izquierda y una composición socioeconómica inclinada hacia el segmento medio-alto. En consecuencia, cabe especular si la observación de un grupo de individuos más numeroso y diverso en variables sociodemográficas hubiese arrojado una realidad distinta en cuanto a presencia de *burbujas informativas* y actitudes y comportamientos polarizados. Lo anterior, debido a que el campo de la recomendación algorítmica ha demostrado poca presencia de *burbujas informativas* en la sociedad en general, mientras que la mayor evidencia de este efecto se ha encontrado en grupos reducidos y específicos (Moeller & Helberger, 2018). Igualmente, se podrían comparar los efectos de los algoritmos de las redes sociales digitales en las dinámicas de consumo de información, opiniones e interacciones sociales de jóvenes de otros planteles de educación superior en Chile, con tal de explorar cómo otras variables sociodemográficas pueden incidir en perfiles de uso y actitudes y comportamientos diversos, y de qué manera incide el contexto universitario en ello.

Tercero, a pesar de que esta tesis se incorpora al campo de estudio de la recomendación algorítmica de noticias, los alcances de la observación se centraron principalmente en analizar sus efectos en el grado de exposición a contenido político afín o diverso y cómo las actitudes y relaciones sociales de los usuarios pueden realimentar dicha exposición. Por lo tanto, la operativización del concepto de *diversidad* se concentró en la distinción de puntos

de vista, a partir de las opciones Apruebo y Rechazo para el plebiscito por una nueva Constitución de 2020 en Chile, para explorar desde ahí la pluralidad en cuanto a actitudes y redes interaccionales. De modo tal que resultaría valioso observar las consecuencias de la inteligencia artificial en otras distinciones de *diversidad*, como por ejemplo en cómo la fragmentación del espacio público puede incidir como filtro de ciertos temas de interés público.

Cuarto, dado que este estudio se centró en explorar el impacto de la recomendación algorítmica de informaciones en las dimensiones *objetual* y *social* de la construcción de sentido de los jóvenes, valdría la pena incorporar también en el futuro la variable *temporal* como línea investigativa. Es decir, indagar cómo distintos grupos sociodemográficos, o la sociedad en su conjunto, se han ido apropiando paulatinamente de la inteligencia artificial y la personalización informativa, con tal de ver el impacto en el tiempo de este fenómeno en la comunicación política.

Finalmente, a pesar de que esta investigación no pretende abordar recomendaciones de intervención sobre potenciales efectos negativos de la polarización causada por el consumo de información personalizado, el hecho de poner en cuestión el modelo teórico de la *burbuja informativa* (Pariser, 2011) permite complejizar ciertas medidas enfocadas en regular la diversidad de contenidos que ofrece la recomendación algorítmica o en formar a los usuarios sobre los peligros del filtro tecnológico, ya que, como plantea esta tesis, no necesariamente una mayor exposición a contenido plural en redes sociales digitales favorecerá una mejor calidad en el debate democrático. En ese sentido, dado que la polarización es un resultado probable cuando se accede a las redes sociales digitales, si la sociedad determina que ciertas formas de polarización son nocivas para la democracia, las acciones de intervención deben orientarse de manera más contextual, considerando no solo la variable tecnológica, sino también el modo en que ciertos grupos se apropian de estas herramientas.

REFERENCIAS

- Andersen, N. (2003). *Discursive analytical strategies: Understanding Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann*. Bristol, Reino Unido: The Policy Press.
- Anspach, N. M. (2017). The new personal influence: how our Facebook friends influence the news we read. *Political Communication*, pp. 1-17. Doi: 10.1080/10584609.2017.1316329.
- Antezana, L. (2015). La función política de la televisión e internet en contextos de movilización social: el caso chileno. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 128, pp. 183- 196. Disponible en <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/770/2457>
- Arnold, M. (2008). La sociedad como sistema autopoietico: fundamentos del programa sociopoietico. En F. Osorio, S. González López & E. Aguado López (Eds.), *La nueva teoría social en Hispanoamérica. Introducción a la teoría de sistemas constructivista* (pp. 45-80). Ciudad de México, México: Universidad Autónoma.
- Ayala, T. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global. *Revista Educación y Tecnología*, 2, pp. 8-20.
- Bakshy, E., Messing, S. & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239). 1130-1132.10.1126/science.aaa1160
- Baecker, D. (2006). Niklas Luhmann in the Society of the Computer. *Cybernetics & Human Knowing: A Journal of Second-Order Cybernetics, Autopoiesis, and Cyber-Semiotics*, 13, pp. 25-40.
- Baecker, D. (2007a). Communication with Computers, or How Next Society Calls for an Understanding of Temporal Form. *Soziale Systeme*, 13(1+2), pp. 407-418.
- Baecker, D. (2007b). Network Society. En Overgaard Lehmann, N., Qvortrup, L. & Kampmann Walter, B. (Eds.). *The Concept of the Network Society: Post-Ontological*

Reflections (pp. 95-112). Copenhagen, Dinamarca: Samsfundslitteratur Press.

Baecker, D. (2011). Who Qualifies for Communication? A Systems Perspective on Human and Other Possibly Intelligent Beings Taking Part in the Next Society. *Technikfolgenabschätzung: Theorie Und Praxis*, 20(1), pp. 17–26.

Baecker, D. (2016a). The Sociology of Media. En I. Baxmann, T. Beyes y C. Pias (Eds.), *Social Media – New Masses* (pp. 151-171). Zúrich, Suiza: Diaphanes.

Baecker, D. (2016b). Wie verändert die Digitalisierung unser Denken und unseren Umgang mit der Welt? En R. Gläß & B. Leukert (Eds.), *Handel 4.0: Die Digitalisierung des Handels – Strategien, Technologien, Transformation* (pp. 3-24). Berlín, Alemania: Springer Gabler.

Baecker, D. (2017). Teorías sistémicas de la comunicación. *Revista Mad*, (37), pp. 1-20. Doi:10.5354/0718-0527.2017.47267

Baecker, D. (2018). *Estudios acerca de la próxima sociedad*. Santiago, Chile: Metales pesados.

Baecker, D. (2019). *Digitalisierung und die nächste Gessellschaft*. Conferencia realizada en el seminario Making Sense of the Digital Society, Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gessellschaft, Berlín, Alemania.

Barrera, O., Guriev, S., Henry, E. & Zhuravskaya, E. (2017). *Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics*. Londres, Reino Unido: Centre for Economic Policy Research. Disponible en https://www.cepr.org/active/publications/discussion_papers/dp.php?dpno=12220

Beam, M. A., Child, J. T., Hutchens, M. J., & Hmielowski, J. D. (2017). Context collapse and privacy management: diversity in Facebook friends increases online news reading and sharing. *New Media & Society*, 20(7), pp. 2296–2314. Doi: <https://doi.org/10.1177/1461444817714790>

Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la*

globalización. Barcelona, España: Paidós.

Benkler, Y., Faris, R. & Roberts, H. (2018) *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press. Doi: 10.1093/oso/9780190923624.001.0001

Brandtzaeg, P. B. (2017). Facebook is no “Great equalizer”: A big data approach to gender differences in civic engagement across countries. *Social Science Computer Review*, 35(1), pp. 103–125. <https://doi.org/10.1177/0894439315605806>

Bunz, M. (2017). *La revolución silenciosa. Cómo los algoritmos transforman el conocimiento, el trabajo, la opinión pública y la política sin hacer mucho ruido*. Buenos Aires, Argentina: Cruce.

CADEM (2020). *Estudio medios de comunicación post crisis, enero 2020*. Recuperado el 11 de abril de 2020 de: https://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2020/01/Estudio-rol-de-los-medios_VFP.pdf

Castells, M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura (Vol. 1)*. Ciudad de México, México: Siglo XXI.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid, España: Alianza.

Castells, M. (2014). El poder de las redes. *Vanguardia Dossier*, 50, pp. 8-13.

Cortés, F., De Tezanos-Pinto, P., Helsper, E., Lay, S., Manzi, J., & Novoa, C. (2020). ¿Se ha reducido la brecha digital en Chile? Diferencias entre acceso, uso y factores asociados al empleo de Internet. *Midevidencias*, 22, pp. 1-6. Disponible en <https://www.mideuc.cl/wp-content/uploads/2020/08/MIDevidencias-N22.pdf>

Corsi, G., Esposito, E. & Baraldi, C. (1996). *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. Ciudad de México, México: Universidad Iberoamericana.

Domínguez, F., López, R. & Ortiz-Henderson, G. (2017). Redes sociales digitales y

participación política de jóvenes universitarios de México y Chile: Una revisión de estudios. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 14(26), pp. 86-95. Disponible en <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/911>

Drucker, P. (2003). *Managing in the Next Society*. Nueva York, Estados Unidos: Truman Talley Books.

Duarte, C. (2000). ¿Juventud o Juventudes? Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes de nuestro continente. *Última década*, 8(13), pp. 59-77. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362000000200004>

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, pp. 181-190.

Flaxman, S., Goel, S. & Rao, J. (2016). Filter bubbles, echo chambers and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80, pp. 298–320. Doi: 10.1093/poq/nfw006

Foucault, M. (2002). *La arqueología del saber*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Geiselberger, H. (Ed.). (2011). *Wikileaks und die Folgen: Netz – Medien – Politik*. Berlín, Alemania: Suhrkamp.

Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid, España: Taurus.

Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D & Puente, S. (2019). *Estudio de opinión pública: Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile*. Santiago, Chile: Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en: <http://bit.ly/EncuestaMediosFComUC>

Habermas, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili

- Habermas, J. (1997). *Más allá del Estado nacional*. Madrid, España: Trotta.
- Halpern, D. & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and Youtube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29, pp. 1159-1168. Disponible en <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/12487>
- Heider, F. (2005). *Ding und Medien*. Berlín, Alemania: Kulturverlag Kadmos.
- Huepe, C. (2018). Ciudadanos del mundo de la posverdad. *Revista Mensaje*, 67(668), pp. 26-29. Disponible en https://www.mensaje.cl/wp-content/uploads/2018/04/MSJ_668_may_2018.pdf
- Instituto Nacional de la Juventud (2019). *Novena Encuesta Nacional de Juventud 2018*. Santiago, Chile: INJUV.
- Labbé, C., López-Neira, L., Saiz, J.L., Vinet, E. V. & Boero, P. (2019). Uso de TIC en estudiantes universitarios chilenos: enfoque desde la adultez emergente. *Pensamiento Educativo. Revista de Investigación Educativa Latinoamericana*, 56(2), pp. 1-14.
- Leydesdorff, L. (2010). Luhmann reconsidered: Steps towards an empirical research program in the sociology of communication? En C. Grant (Ed.), *Beyond universal pragmatics: Essays in the philosophy of communication* (pp. 149–173). Oxford, Reino Unido: Peter Lang.
- Luhmann, N. (1994). "What Is The Case?" and "What Lies Behind It?" The Two Sociologies and the Theory of Society. *Sociological Theory*, 12(2), pp. 126–139.
- Luhmann, N. (1997). Globalización o sociedad mundial: ¿cómo concebir la sociedad moderna? (Traducción de José Javier Blanco Rivero). *International Review of Sociology*, 7(1), pp. 67-80.
- Luhmann, N. (1998). Intersubjetividad o comunicación: dos diferentes puntos de partida

para la construcción sociológica. En N. Luhmann (Ed.), *Complejidad y modernidad: De la unidad a la diferencia* (pp. 31–50). Madrid, España: Editorial Trotta.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona, España: Anthropos; México: Universidad Iberoamericana.

Luhmann, N. (2005). *El arte de la sociedad*. Ciudad de México, México: Herder.

Luhmann, N. (2006). *La sociedad de la sociedad*. Ciudad de México, México: Herder.

Lune, H. & Berg, B.L. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (9th ed.). Londres, Reino Unido: Pearson.

Marconi, F. & Houshmand, K. (2018). The role of journalists in an era of algorithms: A guide to preparing the newsroom for humans and machines. *AP Insights*. Recuperado de <https://insights.ap.org/industry-trends/e-book-whats-the-role-of-journalists-in-an-era-of-algorithms>

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Barcelona, España: Paidós.

Moeller, J. & Helberger, N. (2018). *Beyond the filter bubble: Concepts, myths, evidence and issues for future debates*. Ámsterdam, Países Bajos: Universidad de Ámsterdam. Disponible en <https://dare.uva.nl/search?identifier=478edb9e-8296-4a84-9631-c7360d593610>

Moeller, J., Trilling, D., Helberger, N., Irion, K. & De Vreese, C. (2016). "Shrinking core? Exploring the differential agenda setting power of traditional and personalized news media", *Emerald Insight*, 18(6), pp. 26-41. <https://doi.org/10.1108/info-05-2016-0020>

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you*. Londres, Reino Unido: Penguin UK.

Real Academia Española (RAE) (2019). *Diccionario de la lengua española* (versión

electrónica). Recuperado el 22 de julio de 2019 de: <https://dle.rae.es/?id=TqpLe0m>

Rodríguez, D. & Arnold, M. (1991). *Sociedad y Teoría de Sistemas*. Santiago, Chile: Universitaria.

Sampieri, R. H., Fernández, C. & Baptista, M. (2003). *Metodología de investigación*. Ciudad de México, México: McGraw Hill.

Seargeant, P. & Tagg, C. (2018). Social media and the future of open debate: A user-oriented approach to Facebook's filter bubble conundrum. *Discourse, Context & Media*, 27, pp. 41-48. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2018.03.005>

Serrano-Puche, J., Fernández, C. & Rodríguez-Virgili, J. (2018). Información política y exposición incidental en las redes sociales: un análisis de Argentina, Chile, España y México. *Doxa Comunicación*, 27, pp. 19-42. Doi: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a1>

Scherman, A., Arriagada, A. & Valenzuela, S. (2010). *¿Hacia una nueva ciudadanía multifuncional? Uso de medios digitales, redes sociales online y participación política*. Paper presentado en el IV Congreso Latinoamericano de Opinión Pública, Querétaro, México. Disponible en https://www.academia.edu/873471/Hacia_una_nueva_ciudadan%C3%ADa_multifuncional_Uso_de_medios_digitales_redes_sociales_online_y_participaci%C3%B3n_pol%C3%ADtica

Scherman, A., Arriagada, A., Valenzuela, S. (2013). La protesta en la era de las redes sociales: el caso chileno. En Arriagada, A. y Navia, P. (Eds.) *Intermedios. Medios de comunicación y democracia en Chile* (pp. 181-199). Santiago, Chile: Universidad Diego Portales.

Scherman, A., Correa, T., Peña y Lillo, M., Pardo, J., Quevedo, D. & Gallardo, J.P. (2019). *11ª Encuesta sobre Participación, Jóvenes y Consumo de Medios*. Santiago, Chile: Universidad Diego Portales – Feedback. Disponible en: <https://vergara240.udp.cl/wp-content/uploads/2020/01/GraficosEncuestaJovenes2019.pdf>

- Spencer-Brown, G. (1971). *Laws of Form*. Londres, Reino Unido: Allen & Unwin.
- Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile (2017) *IX Encuesta de Acceso y Usos de Internet*. Santiago, Chile: Subtel.
- Thom, R. (1987). *Estabilidad estructural y morfogénesis*. Barcelona, España: Gedisa.
- Van Deursen, A., Helsper, E., Eynon, R., & Van Dijk, J. (2017) The compoundness and sequentiality of digital inequality. *International Journal of Communication*, 11, pp. 452-473. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5739>
- We Are Social & Hootsuite (2021). *Digital 2021 Global Overview Report*. Recuperado el 14 de marzo de 2021 de <https://wearesocial.com/digital-2021>
- We Are Social & Hootsuite (2020). *Digital 2020 Report Chile*. Recuperado el 29 de febrero de 2020 de <https://datareportal.com/reports/digital-2020-chile>
- White, H. (2008). *Identity & Control: How Social Formations Emerge*. Princeton, Estados Unidos: Princeton University Press.
- Zimmer, F., Stock, M., Scheibe, K. & Stock. W. (2019). Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users? *Journal of Information Science Theory and Practice*, 7(2), pp. 40-53. Doi: <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2019.7.2.4>

ANEXOS

Anexo I: Consentimiento informado en línea.

Consentimiento informado

I. INFORMACIÓN

Usted ha sido invitado(a) a participar en la investigación cuyo objetivo es "describir cómo los algoritmos de las redes sociales digitales moldean las dinámicas de consumo de información de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Chile y afectan su opinión y sus interacciones sociales sobre el cambio constitucional en Chile, y explicar estos efectos desde la teoría de los medios de difusión".

Usted ha sido seleccionado(a) porque cumple con los siguientes criterios de selección:

- Ser estudiante de pregrado de cualquiera de las carreras que imparte la Universidad de Chile.
- Tener entre 15 y 29 años.
- Disponer de cuentas personales o ser usuario de redes sociales digitales, en particular de Facebook, Instagram, YouTube o Twitter, y utilizarlas de manera habitual (acceder por lo menos a una de ellas con una frecuencia mínima de una vez al día).
- Disponer de conexión a Internet en su domicilio con ancho de banda compatible para realizar la entrevista de manera telemática.
- Disponibilidad para participar durante la fase de campo (agosto-octubre 2020).

El investigador responsable de este estudio es Héctor Vergara Monardes, alumno del Magister en Comunicación Política de la Universidad de Chile, mientras que el profesor guía es Lionel Bossi Garavaglia, académico del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. La investigación se enmarca en la tesis para optar al título de Magister en Comunicación Política de la Universidad de Chile.

Para decidir participar en esta investigación, es importante que considere la siguiente información. Siéntase libre de preguntar cualquier asunto que no le quede claro:

Participación: Su participación consistirá en una entrevista semiestructurada para conocer sobre sus dinámicas de consumo de información en las redes sociales digitales Facebook, Instagram, YouTube y Twitter sobre el debate en torno al cambio constitucional en Chile. La duración estimada de la entrevista puede fluctuar entre 60 y 90 minutos y será realizada de manera telemática (a través de Zoom o aplicaciones similares). Además, será registrada en video y audio.

Beneficios: Usted no recibirá ningún beneficio directo, ni recompensa alguna, por participar en este estudio. No obstante, su participación permitirá generar información para uso potencial de la información en términos de beneficio social.

Voluntariedad: Su participación es absolutamente voluntaria. Usted tendrá la libertad de contestar las preguntas que desee, como también de detener su participación en cualquier momento que lo desee. Esto no implicará ningún perjuicio para usted.

Confidencialidad: Todas sus opiniones serán confidenciales, mantenidas en estricta reserva y utilizadas con fines estrictamente académicos. En las presentaciones y publicaciones de esta investigación, su nombre no aparecerá asociado a ninguna opinión particular.

Conocimiento de los resultados: Usted tiene derecho a conocer los resultados de esta investigación. Para ello, puede solicitar los resultados enviando un correo a vergaramonardes@gmail.com.

Datos de contacto: Si requiere mayor información, o comunicarse por cualquier motivo relacionado con esta investigación, puede contactar a el Investigador Responsable de este estudio:

Héctor Vergara Monardes
Teléfono: +569 7969 4056
Correo electrónico: vergaramonardes@gmail.com

*Obligatorio

entrevista, usted no recibirá ningún beneficio económico por haber participado en este estudio. No obstante, su participación permitirá generar información para uso potencial de la información en términos de beneficio social.

Voluntariedad: Su participación es absolutamente voluntaria. Usted tendrá la libertad de contestar las preguntas que desee, como también de detener su participación en cualquier momento que lo desee. Esto no implicará ningún perjuicio para usted.

Confidencialidad: Todas sus opiniones serán confidenciales, mantenidas en estricta reserva y utilizadas con fines estrictamente académicos. En las presentaciones y publicaciones de esta investigación, su nombre no aparecerá asociado a ninguna opinión particular.

Conocimiento de los resultados: Usted tiene derecho a conocer los resultados de esta investigación. Para ello, puede solicitar los resultados enviando un correo a vergaramonardes@gmail.com.

Datos de contacto: Si requiere mayor información, o comunicarse por cualquier motivo relacionado con esta investigación, puede contactar a el Investigador Responsable de este estudio:

Héctor Vergara Monardes
Teléfono: +569 7969 4056
Correo electrónico: vergaramonardes@gmail.com

***Obligatorio**

Nombre completo *

Tu respuesta

RUT *

Tu respuesta

Fecha de nacimiento *

Fecha

dd-mm-aaaa 

Acepto participar de la investigación en los términos mencionados *

Sí

No

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Anexo II: Pauta para entrevistas semiestructuradas.

Cuestionario para entrevista semiestructurada **Tesis Magister en Comunicación Política U. Chile**

Caso #
Fecha de entrevista:

Datos previos del entrevistado.

Nombre completo:

Carrera de pregrado U. Chile:

Fecha de nacimiento:

¿Utiliza Facebook al menos una vez al día?:

¿Utiliza Instagram al menos una vez al día?:

¿Utiliza YouTube al menos una vez al día?:

¿Utiliza Twitter al menos una vez al día?:

I. Cuestionario de información sociodemográfica.

1. ¿Con qué género te identificas?

- a) Masculino b) Femenino c) Otro

2. ¿Cuál es tu nacionalidad?

3. ¿En qué comuna vives?

4. Si sumas todos los ingresos de tu hogar, ¿en qué tramo se ubicaría?

- a) Hasta \$800.000 b) Entre \$800.000 y \$1.500.000 c) Más de \$1.500.000

5. ¿Qué tan interesado/a estás en la política?

- a) Nada interesado/a b) Poco interesado/a c) Algo interesado/a
d) Muy interesado/a e) NS/NR

6. ¿Con qué sector político te sientes más identificado/a?

- a) Izquierda b) Centro izquierda c) Centro
d) Centro derecha e) Derecha f) Ninguna

7. En la primera vuelta de las elecciones presidenciales realizadas en noviembre de 2017, tú:

- a) Fuiste a votar b) No fuiste a votar c) No tenías edad para votar

II. Cuestionario de dinámicas de consumo de información.

8. En la última semana, ¿cuántos días le dedicaste a las siguientes redes sociales?

Facebook:

- a) Ninguno b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

Instagram:

- a) Ninguno b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

YouTube:

- a) Ninguno b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

Twitter:

- a) Ninguno b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

9. En la última semana, ¿cuántas horas al día le dedicaste a las siguientes redes sociales?

Facebook:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

Instagram:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

YouTube:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

Twitter:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

10. En la última semana, ¿cuántos días has visto o escuchado noticias del ámbito político en las siguientes redes sociales?

Facebook:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

Instagram:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

YouTube:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

Twitter:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

11. En la última semana, ¿cuántas horas al día dedicaste a ver o escuchar noticias del ámbito político en las siguientes redes sociales?

Facebook:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas e) No vi

Instagram:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas e) No vi

YouTube:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas e) No vi

Twitter:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas e) No vi

12. ¿Qué nivel de confianza le asignas a la información política que has visto o escuchado en redes sociales? Asigna una nota de 1 a 7 a cada una:

- Facebook:

- Instagram:

- YouTube:

- Twitter:

13. En la última semana, ¿cuántos días has visto o escuchado noticias del ámbito político en los siguientes medios de comunicación?

Diarios digitales y portales:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

Diarios impresos:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

Radio:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

TV:

- a) Nunca b) Algunos días c) La mayoría de los días d) Todos los días

14. En la última semana, ¿cuántas horas al día dedicaste a ver o escuchar noticias del ámbito político en los siguientes medios de comunicación?

Diarios digitales y portales:

- a) No accedí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

Diarios impresos:

a) No leí b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

Radio:

a) No escuché b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

TV:

a) No vi b) Menos de una hora c) Entre 1 y 2 horas d) Más de 2 horas

15. ¿Qué nivel de confianza le asignas a la información política que has visto o escuchado en medios de comunicación? Asigna una nota de 1 a 7 a cada uno:

- Diarios digitales y portales:

- Diarios impresos:

- Radio:

- TV:

III. Preguntas semiestructuradas de dinámicas de consumo de información.

16. ¿Podrías describir las noticias que has visto últimamente en tus redes sociales sobre el cambio constitucional en Chile? Por favor, intenta recordar aquellas que aparecieron en tu *feed* de publicaciones, con énfasis en las que te llamaron más la atención.

17. De las noticias que recuerdas haber visto últimamente en el *feed* de tus redes sociales sobre el cambio constitucional en Chile, ¿Podrías mencionar si hiciste clic en alguno de esos enlaces, para ver con mayor detalle la información? ¿Recuerdas algunos en particular?

18. ¿Podrías señalar si hiciste alguna búsqueda en tus redes sociales para informarte sobre el cambio constitucional en Chile? ¿Qué te interesaba conocer en particular?

19. Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿a qué enlaces te dirigió la búsqueda y cuáles te llamaron particularmente la atención?

20. ¿Cuál dirías que ha sido tu principal fuente de información sobre el cambio constitucional en Chile? Puedes considerar medios de comunicación, redes sociales o a través de conocidos.

21. ¿Podrías señalar qué entiendes por calidad de la información?

22. ¿Crees entonces que la información que se consume en general en redes sociales es de calidad?

23. ¿Y los medios tradicionales (diarios digitales e impresos, radio y TV), cumplen con una información de calidad? ¿Qué acciones concretas deberían tomar los medios de comunicación para mejorar la calidad de la información?

24. Volviendo a las redes sociales, ¿crees que la información que se consume en general en ellas es plural?

25. ¿Crees que la información que se consume en general en redes sociales contribuye al debate democrático?

26. ¿Conoces sobre los algoritmos de las redes sociales y su función en la recomendación de noticias a los usuarios? ¿Qué puedes comentar sobre aquello?

IV. Preguntas semiestructuradas de impacto de dinámicas de consumo de información en opiniones.

27. ¿Puedes señalar en líneas generales cuál es tu opinión sobre la posibilidad de que se realice un cambio en la Constitución Política en Chile?

28. ¿Puedes mencionar qué tan interesado/a estás en votar en el plebiscito nacional por una nueva Constitución que se realizará en octubre de este año?

29. ¿Crees que haber visto o escuchado noticias en redes sociales ha ayudado a formarte una opinión sobre el cambio constitucional en Chile? Si es así, ¿ha ayudado a confirmar o a modificar tus creencias? ¿Por qué?

30. ¿Crees que haber visto o escuchado noticias en otros medios de comunicación ha ayudado a formarte una opinión sobre el cambio constitucional en Chile? Si es así, ¿ha ayudado a confirmar o a modificar tus creencias? ¿Por qué?

31. ¿Crees que conversar con otras personas o participar de instancias colectivas de información y discusión ha ayudado a formarte una opinión sobre el cambio constitucional en Chile? Si es así, ¿ha ayudado a confirmar o a modificar tus creencias? ¿En qué casos?

32. ¿Has visto, escuchado o recibido noticias falsas sobre el cambio constitucional en Chile? ¿Puedes mencionar casos en particular, de qué fuente venían y cómo supiste que eran falsas?

33. Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿qué acciones tomaste frente a la difusión de dichas noticias falsas (por ejemplo, denunciar la publicación, eliminar al contacto que la difundió, entre otras)?

V. Preguntas semiestructuradas de impacto de dinámicas de consumo de información en interacciones sociales.

34. ¿Has compartido información sobre el cambio constitucional en Chile en tus redes sociales?

35. ¿Te has involucrado en debates sobre el cambio constitucional en Chile en redes sociales? ¿Puedes mencionar casos en particular?

36. ¿Sigues a algún líder de opinión en particular en redes sociales para conocer sus opiniones sobre el cambio constitucional en Chile? Si es así, ¿Estás a favor o en contra de sus opiniones? ¿Ha confirmado o modificado tus creencias?

37. ¿Usualmente le das me gusta, comentas o compartes contenido en tus redes sociales sobre el cambio constitucional en Chile? ¿Estabas a favor o en contra de ese contenido?

38. ¿Has eliminado, silenciado o ignorado, o has criticado pública o privadamente, a alguno de tus contactos por exponer opiniones contrarias a las tuyas? ¿Puedes mencionar casos en particular?

39. ¿Has eliminado, silenciado o ignorado, o has criticado pública o privadamente, a alguno de tus contactos por difundir noticias falsas? ¿Puedes mencionar casos en particular?

40. ¿Te has reunido presencialmente con personas que compartan tus opiniones sobre el cambio constitucional en Chile en redes sociales (en el contexto previo a la pandemia) o planeas hacerlo en el futuro?

41. ¿Has participado de manifestaciones o concentraciones convocadas en redes sociales en el último tiempo (presencialmente en el contexto previo a la pandemia o actualmente en acciones desde tu casa, como *cacerolazos*)? ¿Se vinculan al cambio constitucional en Chile?

42. ¿El contenido que has visto o escuchado en redes sociales te ha incentivado a participar en alguna de las siguientes organizaciones sociales? ¿Ese contenido se vincula con el cambio constitucional en Chile?

a) Partido político:

b) Organización estudiantil:

c) Organización vecinal:

d) Actividades en apoyo a causas sociales:

e) Grupos religiosos:

f) Otros: