

El rol despolarizador de la heterogeneidad de red y la discusión política diversa en medios sociales: un análisis de las plataformas Facebook, Twitter y WhatsApp en las elecciones de Ecuador 2021

Marcos Zumárraga-Espinosa¹

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

RESUMEN

Situando el análisis en el caso de las elecciones presidenciales y parlamentarias de Ecuador en 2021, esta investigación explora la relación entre la polarización ideológica y dos aspectos del uso de medios sociales: la heterogeneidad de red y la discusión política diversa, considerando comparativamente las plataformas Facebook, Twitter y WhatsApp. El estudio empírico se efectuó con base en una muestra de 811 personas jóvenes radicadas en Quito-Ecuador y un proceso digital de recolección de datos. La estrategia analítica consistió en formular modelos de regresión múltiple por cada plataforma. Considerando la muestra analizada, los resultados indican que los usuarios que perciben redes predominantemente heterogéneas, en términos políticos, registran menor polarización ideológica en los casos de Facebook y WhatsApp. La discusión política diversa produce un efecto despolarizador al desarrollarse en cualquiera de las plataformas digitales analizadas. La heterogeneidad de red reduce la polarización con mayor fuerza que la discusión política diversa al usarse la red social Facebook o WhatsApp, mientras que en Twitter el efecto despolarizador la conversación diversa se incrementa. Este estudio contribuye al conocimiento sobre los mecanismos despolarizadores derivados del uso político de medios sociales y aporta evidencia empírica sobre este tema en el contexto latinoamericano.

Palabras clave: *Medios sociales – Polarización política – Heterogeneidad de red - Discusión política diversa - Ecuador.*

The depolarizing role of network heterogeneity and diverse political discussion in social media: an analysis of Facebook, Twitter and Whatsapp platforms in Ecuador's 2021 elections

ABSTRACT

Situating the analysis in the case of Ecuador's presidential and parliamentary elections in 2021, this research explores the relationship between ideological polarization and two aspects of social media use: network heterogeneity and diverse political discussion, considering comparatively Facebook, Twitter, and WhatsApp platforms. The empirical study was carried out based on a sample of 811 young people living in Quito-Ecuador and a digital data collection process. The analytical strategy consisted of formulating multiple regression models for each platform. Considering the sample analysed, the results indicate that users who perceive predominantly heterogeneous networks, in political terms, register less ideological polarization in the cases of Facebook and WhatsApp. Diverse political discussion produces a depolarizing effect when developed on any of the digital platforms analyzed. Network heterogeneity reduces polarization more strongly than diverse political discussion when using Facebook social network or WhatsApp, while on Twitter the depolarizing effect of diverse conversation increases. This study contributes to the knowledge on depolarizing mechanisms derived from the political use of social media in Latin America.

Key words: *social media – Political polarization – Network heterogeneity – Diverse political discussion – Ecuador.*

¹ *Contacto con los autores: Marcos Zumárraga-Espinosa (mzumarraga@ups.edu.ec).*

La polarización política, en su dimensión ideológica, supone una serie de repercusiones negativas para el funcionamiento democrático, tales como una menor capacidad de cooperación y construcción de consensos entre facciones políticas, dificultades de gobernabilidad y respuestas menos eficaces del sistema político frente a las problemáticas sociales (Lee, 2015; Freidenberg, 2006). A nivel de la ciudadanía, la polarización ideológica constituye un caldo de cultivo para el surgimiento de actores y figuras políticas con posturas más extremas (Beam et al., 2018). Entre las implicaciones interpersonales, la polarización reduce la disposición individual a interactuar con quienes mantienen opiniones contrapuestas, deshumanizando y elevando la animosidad negativa hacia los adversarios políticos (Mason, 2018; Wojcieszak et al., 2020).

Ante el auge que la polarización política ha experimentado durante la última década a escala internacional, un interés académico cada vez mayor se ha depositado en este fenómeno y sus determinantes. Al respecto, el estudio de la relación entre el uso de medios sociales y la polarización ideológica ha arrojado evidencia mixta hasta la fecha, dejando abierto el debate sobre los efectos de dichas plataformas digitales. Si bien existe un amplio consenso en cuanto al rol polarizador de la exposición selectiva a contenidos políticos afines con las propias opiniones (Dylko et al., 2018; Hmielowski et al., 2016; Kubin & von Sikorski, 2021), la corriente de investigación centrada en la exposición incidental a información contra actitudinal ha proporcionado evidencia consistente a favor de un efecto despolarizador que favorece la moderación ideológica (Barberá, 2014; Chen et al., 2022b; Garrett et al., 2014).

En este sentido, la reciente revisión sistemática desarrollada por Kubin y von Sikorski (2021), a partir de una muestra de 121 estudios cuantitativos efectuados en América, Europa, África y Asia, revela la presencia de dos vacíos importantes en la literatura sobre medios sociales y polarización. El primero plantea la necesidad de precisar los mecanismos por los que el uso de medios sociales puede contribuir a reducir o, al menos, limitar el crecimiento de la polarización política. La segunda brecha de conocimiento corresponde a una baja acumulación de evidencia empírica en contextos sociales diferentes a Estados Unidos.

Respecto al primer vacío, exploraciones más específicas apuntan a que el efecto

polarizador/despolarizador de los medios sociales depende del tipo de uso y las actividades concretas que los usuarios realicen en estas plataformas socioculturales. Puntualmente, la discusión diversa ha evidenciado operar como un tipo de actividad que reduce la polarización ideológica individual (Lee et al., 2014; Lee & Choi, 2020; Mutz, 2002; Santoro & Broockman, 2022). En sentido amplio, la discusión política diversa consiste en intercambiar información y puntos de vista sobre tópicos políticos con interlocutores que sostienen opiniones opuestas o discrepantes, o que a su vez aporten perspectivas alternativas gracias a sus diferencias sociodemográficas, socioeconómicas o culturales (Lee et al., 2014; Yoo & Gil De Zúñiga, 2019). Por otra parte, la estructura de la red de contactos también se relaciona con los niveles de polarización, pues según su grado de heterogeneidad, posibilita que el usuario entre en contacto con opiniones y puntos de vista diferentes a los suyos, lo cual conduce a la moderación política (Barberá, 2014; Butters & Hare, 2022; Chen et al., 2022a).

Aunque contextualmente ha recibido menor atención analítica, América Latina constituye una región de creciente polarización ideológica, especialmente a raíz del ciclo progresista que tuvo lugar a partir de la década del 2000 (Handlin, 2018). En caso de Ecuador, y con base en datos de Latinobarómetro, los niveles de polarización ideológica de la población registran un aumento significativo, pasando del 24.0% en el año 2004 al 36.5% en el 2019. Al igual que lo ocurrido con la tendencia latinoamericana, la polarización en Ecuador experimentó un repunte sostenido durante la década (2017-2017) del gobierno progresista de Rafael Correa (Moncagatta & Poveda, 2021).

Considerando lo expuesto, y con el fin de contribuir empíricamente al conocimiento sobre la relación entre medios sociales y polarización, el presente estudio se plantea el objetivo de analizar el efecto de la heterogeneidad de red y la discusión diversa en medios sociales sobre la polarización ideológica individual, contemplando comparativamente las redes sociales Facebook y Twitter, así como la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp. El caso estudiado corresponde al contexto socio-político de Ecuador.

Polarización y medios sociales

La polarización política puede definirse como la adopción de posturas contrapuestas extremas en torno a cuestiones políticas y de interés público, tratándose de un fenómeno que puede manifestarse a diferentes niveles del espectro socio-político: élites políticas, partidos políticos, medios de comunicación y sociedad civil. La polarización además opera como un proceso dinámico, mediante el cual las preferencias políticas se mueven desde la moderación hacia posiciones cada vez más radicales (Kligler-Vilenchik et al., 2020).

La polarización ideológica, como dimensión de la polarización política, se refiere a la divergencia de opiniones, puntos de vista, creencias y actitudes entre quienes se perciben como adversarios políticos (Kubin & von Sikorski, 2021). Según Fiorina y Abrams (2008), la polarización ideológica constituye un "desplazamiento del centro hacia los extremos", lo cual generalmente conduce a una distribución bimodal de las preferencias políticas respecto a cuestiones políticas determinadas. Aunque normalmente la polarización ideológica suele evaluarse en términos de izquierda vs derecha política, cabe subrayar que al posicionarse en este continuum las personas procesan y resumen sus posturas específicas frente a una variedad de fracturas sociales o clivajes concretos, mismos que son recogidos en mayor o menor medida por el eje izquierda - derecha (Inguanzo, 2010). Por lo tanto, estos clivajes actúan como potenciadores de polarización ideológica y su relevancia varía de un contexto social a otro.

En la actualidad, la creciente presencia de los medios sociales en la vida cotidiana de las personas ha producido preocupación académica debido a sus potenciales consecuencias polarizadoras. Plataformas como Facebook o Twitter cuentan con sistemas que personalizan el consumo de contenidos según los intereses y preferencias de cada usuario, tanto mediante recomendaciones algorítmicas como recomendaciones sociales a través del muro de noticias, mismo que se nutre de las publicaciones efectuadas por otros contactos de la red social (Beam et al., 2018). Es así que los medios sociales se caracterizan por ser tecnologías de alta selectividad, lo cual supone riesgos en cuanto a la formación de cámaras de ecos y burbujas de filtros, que impiden a los usuarios entrar en contacto con información y puntos de vista diferentes a sus opiniones, actitudes y creencias iniciales (Kligler-Vilenchik et al., 2020; Lee & Choi, 2020). Esto porque cuando se trata de elegir qué contenidos consumir, los usuarios se inclinan en mayor medida a revisar noticias o

información que resulte afín a sus preferencias políticas (Garrett, 2009). Al respecto, los estudios centrados en dinámicas de exposición selectiva han identificado en la teoría de la disonancia cognitiva como un mecanismo explicativo fundamental, pues el contacto con información que contradice las propias creencias genera malestar psicológico, por lo que las personas siempre tenderán a escoger contenidos afines a sus puntos de vista (Jeong et al., 2019). Confirmando lo argumentado, la literatura proporciona evidencia consistente a favor de un efecto polarizador de la exposición selectiva a noticias y contenidos políticos (Dylko et al., 2018; Hmielowski et al., 2016; Kubin & von Sikorski, 2021).

Sin embargo, los medios sociales normalmente hacen posible la construcción de esferas públicas digitales, donde las personas pueden adquirir y transmitir opiniones e información, al igual que participar en discusiones con otros usuarios (Semaan et al., 2014). En otras palabras, se trata de espacios socio-digitales en donde la lista de contactos de un usuario constituye una audiencia potencial, así como el mismo usuario pasa a integrar las audiencias de sus contactos, por lo que está expuesto a las opiniones y contenidos políticos publicados por quienes integran su red social. Del mismo modo, las personas pueden entablar conversaciones tanto deliberada como espontáneamente con cualquier otro usuario. Estas posibilidades resultan clave para superar las restricciones homofílicas que generalmente prefiguran los círculos sociales offline, puesto que los medios sociales facilitan la construcción y sostenimiento de vínculos débiles (conocidos, compañeros de trabajo, etc.), los cuales, a diferencia de los vínculos fuertes (amigos cercanos, familia, etc.), tienden a cubrir un espectro más diversificado de personas en cuanto a origen socio-cultural, etnia, estrato socioeconómico e ideología política, por lo que proporcionan información nueva y no redundante (Barberá, 2014; Gil de Zúñiga & Valenzuela, 2011; Min & Wohn, 2020). Adicionalmente estos vínculos débiles se vuelven más predominantes a medida que un usuario aumenta el tamaño de su red social digital (Gil de Zúñiga & Valenzuela, 2011). Entonces, como consecuencia, resulta cada vez más frecuente la exposición incidental a contenidos y opiniones políticas diversas, al igual que a discusiones con interlocutores que sostengan puntos de vista diferentes, e incluso antagónicos, sobre cuestiones políticas.

Esta tesis de la exposición incidental se fundamenta en dos argumentos sustantivos: i) la evidencia apunta a que los usuarios normalmente poseen bajos niveles de búsqueda autónoma de información política (Beam et al.,

2018), por el contrario, cada vez existe un patrón más marcado hacia consumir los contenidos recomendados social o algorítmicamente por los medios sociales (Gil de Zúñiga & Cheng, 2021); ii) en el caso de las recomendaciones sociales, si bien es posible que los usuarios anulen el contacto (eliminar o dejar de seguir) con personas que defienden opiniones contrarias, esto ocurre con una incidencia bastante pequeña (Barberá, 2014), además existen estudios que muestran que las personas revisan los contenidos y publicaciones realizadas por sus contactos, incluso si no están de acuerdo con las ideas expuestas (Garrett, 2009).

En relación con la polarización política, la corriente de investigación centrada en la exposición incidental ha aportado evidencia a favor de un efecto despolarizador de la interacción con información y opiniones políticas discrepantes (Chen et al., 2022a; Chen et al., 2022b; Garrett et al., 2014). Facebook, Twitter y WhatsApp se sitúan entre las plataformas digitales más utilizadas alrededor del mundo. Tanto Facebook como Twitter cuentan con funciones de transmisión pública de mensajes a grandes audiencias, además de permitir el desarrollo de conversaciones más privadas vía chats personales o grupales (Valeriani & Vaccari, 2018). En cambio, si bien WhatsApp estrictamente se define como una aplicación de mensajería instantánea con un énfasis predominantemente conversacional, opciones como la publicación de estados o las listas de difusión permiten ampliar el alcance de los mensajes que se transmiten de forma más pública (Zumárraga-Espinosa, 2021). Por lo tanto, estas tres plataformas digitales configuran espacios comunicacionales que facilitan la exposición una mayor pluralidad de información e intercambios de opinión política.

En síntesis, la relación entre el uso de medios sociales y la polarización ideológica esta potencialmente condicionada por los patrones comunicacionales pasivos y activos que particularizan la experiencia de cada usuario en estos espacios digitales. Pasivamente, un mayor grado de heterogeneidad en la red social de los usuarios favorece un consumo de información política más diversificado, favoreciendo la moderación ideológica. Por otro lado, si bien un comportamiento político activo en medios sociales puede adquirir varias modalidades (expresión de puntos de vista, compartir contenidos multimodales, entre otras), existen razones teóricas y empíricas que posicionan a la discusión política diversa como un mecanismo consistente de despolarización ideológica.

Heterogeneidad de red, discusión política diversa y despolarización ideológica

Los sistemas de recomendación de contenidos, diseñados para personalizar la experiencia del usuario en medios sociales, han incidido en un comportamiento cada vez menos autónomo en cuanto a la búsqueda individual de noticias y contenidos políticos. Este cambio en el modo de consumir información responde, en buena medida, al desarrollo de la percepción de que "Las Noticias Me Encuentran" ("News Find Me"), un fenómeno en el que las personas sienten que gracias a las plataformas digitales no es necesario buscar información política activamente, pues las recomendaciones de sus contactos son suficientes para mantenerse actualizado sobre los asuntos políticos y de interés público (Gil de Zúñiga & Cheng, 2021). Bajo estas condiciones, el nivel de heterogeneidad de los contactos que conforman las redes sociales digitales de una persona condiciona la exposición a contenidos políticos contra-actitudinales. Dado que los usuarios de medios sociales no evitan intensivamente la exposición incidental a opiniones y puntos de vista que discrepan con sus propias creencias (Garrett, 2009), una red de contactos más heterogénea aumenta el contacto con información política divergente (Brundidge, 2010). A su vez, existe evidencia empírica acumulada que confirma que una red digital que favorece la revisión de contenidos y opiniones políticas distintas favorece la moderación ideológica (Butters & Hare, 2022; Chen et al., 2022a; Garrett et al., 2014; Klar & Shmargad, 2017).

El efecto despolarizador de la heterogeneidad de red puede explicarse principalmente debido a la toma de consciencia de la otredad política. Una red social digital más heterogénea eleva la probabilidad de exposición frecuente a puntos de vista y contenidos políticos discrepantes, facilitando la familiarización con las posturas distintas sobre cualquier tema político, y las razones que las sustentan, además de estimular el pensamiento crítico respecto a las propias creencias y opiniones (Chen et al., 2022a; Chen et al., 2022b; Delli Carpini et al., 2004). En el primer caso, un mayor conocimiento de las opiniones distintas puede incrementar la tolerancia (Mutz, 2002) y reducir la atribución de características negativas hacia quienes adoptan posturas políticas contrapuestas (Wojcieszak et al., 2020), reduciendo el extremismo político. En el segundo caso, la comparación de los propios argumentos frente a aquellos esgrimidos por quienes piensan distinto puede alentar la identificación de puntos en común y oportunidades de consenso, conduciendo a reconsiderar las propias creencias, lo que a su

vez promueve la moderación ideológica (Lee & Choi, 2020; Pingree, 2007). Al respecto, Barberá (2014) señala que las personas se sienten más seguras de sus opiniones cuando socializan en espacios donde la mayoría de la gente coincide y apoya dichas preferencias políticas, lo que facilita el endurecimiento de las actitudes y un posicionamiento ideológico más radical. Por el contrario, espacios de socialización más heterogéneos, con circulación continua de información contradictoria reduce el exceso de confianza en las propias ideas políticas, favoreciéndose una construcción más moderada de la identidad política.

De lo expuesto se desprende que los planteamientos a favor del efecto despolarizador de la heterogeneidad de red se apoyan en buena medida en la exposición contra-actitudinal como mecanismo explicativo. Empíricamente se sabe que, principalmente de manera incidental, listas de contactos más heterogéneas aumentan la exposición de los usuarios a la diversidad política (Brundidge, 2010; Kim et al., 2021; Lu & Lee, 2021), lo que a su vez se espera favorezca la ambivalencia actitudinal y la moderación ideológica. No obstante, esto último aún no cuenta con un consenso en la literatura, existiendo posturas opuestas que proponen que la exposición a contenido político discrepante de hecho puede exacerbar el extremismo político individual. Tal es el caso del enfoque del procesamiento motivado de los argumentos políticos o el modelo del escepticismo motivado, que en síntesis sostienen que las personas pueden implicarse con la información contra-actitudinal con la única finalidad de rebatirla o desacreditarla, con un procesamiento sesgado de dichos contenidos que resulta en una reafirmación de las actitudes y creencias preexistentes, y por tanto, un aumento de la polarización política (Lee & Choi, 2020; Taber et al., 2009).

Con el fin de entender mejor los posibles modos en que la heterogeneidad de red influye sobre la polarización política, estudios recientes se han concentrado en desentrañar las variables mediadoras que intervienen en esta relación. Asumiendo a la exposición contra-actitudinal como un fenómeno multidimensional, el trabajo de Chen et al. (2022b) evidencia que el resultado polarizador o despolarizador de la exposición a perspectivas políticas disonantes se encuentra condicionado por el tipo de respuesta generada ante esta situación. Los usuarios de medios sociales tienen dos posibilidades de respuesta al entrar en contacto con información que difiere con sus actitudes y opiniones: a) involucrarse activamente, y de forma deliberativa, con los contenidos políticos discrepantes, o b) reaccionar pasivamente frente a dicha

información. La evidencia empírica aportada por Chen et al. (2022b) revela que el involucramiento activo y deliberativo con la información contra-actitudinal conduce a procesos de elaboración mental, que impactan en las personas a nivel cognitivo y actitudinal, mejorando el conocimiento sobre el tema político analizado y favoreciendo la ambivalencia actitudinal, gracias al aprendizaje político y una mayor capacidad para detectar puntos válidos en los argumentos que sustenta las posturas ideológicas distintas o contrapuestas. La elaboración cognitiva, a su vez, reduce la polarización política. Por el contrario, las reacciones pasivas frente a la exposición contra-actitudinal consisten en ignorar o descartar la información incompatible con la postura política individual, lo cual no conduce a procesos de elaboración cognitiva y termina alentando la polarización de actitudes.

Con un lente más detallado, la investigación de Chen et al. (2022a) distingue dos conductas concretas de involucramiento deliberativo con el contenido político divergente encontrado en medios sociales: la verificación de información y la expresión de opiniones. Situando el interés en el rol de la heterogeneidad de red respecto al extremismo ideológico, el comportamiento de verificación de información aporta evidencia empírica relevante. La verificación de información implica que la persona destina tiempo y recursos cognitivos para chequear la veracidad de las opiniones e información contrarias a sus puntos de vista, lo que estimula la elaboración cognitiva, el aprendizaje político y la deliberación interna (Dryzek, 2000; Zhang & Li, 2020). Los hallazgos realizados por Chen et al. (2022a) muestran que si bien la verificación de información contra-actitudinal conduce a la despolarización política, este tipo de respuesta se intensifica a medida que la red social digital de los usuarios alberga mayor pluralidad de perspectivas. En otras palabras, la heterogeneidad de red no solo favorece la exposición a la diversidad política, sino que también estimula a que los usuarios de medios sociales se involucren activa y deliberativamente con aquellos contenidos políticos que difieren con sus propias opiniones, lo que en conjunto favorece el reajuste actitudinal y la moderación ideológica. Complementariamente, existen estudios que aportan evidencia empírica a favor de efectos despolarizadores directos de la heterogeneidad de red sobre las actitudes y opiniones políticas de los usuarios de medios sociales (Butters & Hare, 2022; Kibet & Ward, 2018; Lee & Choi, 2020).

Considerando que actualmente los medios sociales son espacios digitales de socialización donde la gente pasa un parte significativa de su

tiempo, listas más heterogéneas de contactos facilitan la exposición a un flujo más abundante de contenidos políticos diversos, además de estimular su procesamiento cognitivo deliberativo, haciendo razonable hipotetizar que la heterogeneidad de red reduce la polarización política.

Los beneficios democráticos de la discusión política online se han explorado extensamente en la literatura. No obstante, la discusión política diversa, entendida analíticamente como la conversación con interlocutores de diferente origen cultural, etnia, nacionalidad, estatus socioeconómico e ideología política (Yoo & Gil De Zúñiga, 2019), ha evidenciado actuar como un factor protector frente a la polarización política (Lee et al., 2014; Lee & Choi, 2020; Santoro & Brockman, 2022). Este efecto despolarizador ha recibido explicación principalmente a través de dos mecanismos: el repertorio de argumentos y el procesamiento cognitivo de la información contra-actitudinal. Una persona que frecuentemente entabla conversaciones políticas razonadas con interlocutores que sostienen diferentes ideas y puntos de vista, es capaz de adquirir mayor comprensión sobre la variedad de argumentos que apoyan y rechazan su propia opinión, posibilitando la reflexión crítica sobre los puntos válidos a favor de las perspectivas políticas divergentes. El contacto con argumentaciones políticas tanto afines como discrepantes, facilitado por la discusión diversa, expande y diversifica el repertorio de razonamientos que una persona conoce sobre un determinado tema político, lo cual mejora el reconocimiento de ideas y demandas válidas en los posicionamientos ideológicos no afines, conduciendo a una construcción más moderada de las opiniones individuales (Lee et al., 2014; Price et al., 2002).

Complementariamente, la discusión política, a diferencia del consumo pasivo de información, impone un mayor procesamiento cognitivo de los argumentos y mensajes que los interlocutores transmiten durante el intercambio conversacional (Zumárraga-Espinosa, 2021). Siguiendo a Eveland (2004), la discusión política favorece el procesamiento de información y la ampliación del conocimiento político por tres vías: la exposición a la información compartida por los compañeros de discusión (sobre la que se pone mayor atención dada la dinámica conversacional), la elaboración anticipada (relativa a la organización y reflexión sobre las propias ideas que tiene lugar antes de que se desarrolle una discusión) y la elaboración generada en la discusión (forzándose un procesamiento significativo de la información debido a la necesidad de contra-argumentar a partir de lo expresado por el interlocutor). Dado

lo expuesto, si la discusión adquiere una estructura heterogénea en cuanto a las preferencias políticas dialogantes, es más probable que las personas procesen significativamente los argumentos compartidos por quienes defienden posturas distintas. Comunicarse con un interlocutor no redundante ideológicamente induce a considerar más seriamente sus argumentos, estimulando procesos reflexivos en torno a los puntos de vista diferentes, tanto por el aumento de la atención a la información recibida, como por la elaboración cognitiva que ocurre antes y durante la discusión. En consecuencia, se facilita la comprensión de las razones que sustentan las opiniones discrepantes, posibilitando la detección de puntos de consenso y mejorando la tolerancia frente a aquellos puntos no conciliables, todo lo cual disminuye el nivel de extremismo político (Chen et al., 2022b; Mutz, 2002; Pingree, 2007).

Contexto de estudio: el caso ecuatoriano

La intensificación de la polarización ideológica es un rasgo representativo de la actualidad política mundial, siendo América Latina uno de los puntos calientes donde este fenómeno ha ganado fuerza. A raíz del ciclo progresista iniciado en los primeros años de la década del 2000, la región entró en un proceso de creciente polarización política producto del posicionamiento del conflicto izquierda-derecha como mecanismo de diferenciación utilizado por los gobiernos progresistas, quienes identificándose con la izquierda del espectro político-ideológico, se habituaron a atribuir un alineamiento hacia la derecha política para buena parte de sus adversarios políticos (Handlin, 2018; Moncagatta & Poveda, 2021), derecha normalmente vinculada con el neoliberalismo y una postura favorable en cuanto a colaborar con los Estados Unidos de Norteamérica (Inguanzo, 2010).

En el caso de Ecuador, la década del mandato progresista de Rafael Correa (2007-2017) fue determinante para el aumento de la politización y la polarización ideológica de la ciudadanía. El estilo confrontativo del gobierno de Correa, caracterizado por una retórica tecnopopulista, se valió del eje ideológico izquierda-derecha para demarcar líneas divisorias entre su gobierno (junto a su partido político Alianza PAIS) y parte importante de la oposición (De la Torre, 2013; Moncagatta et al., 2020). El correísmo se consolidó como el principal exponente de la izquierda ecuatoriana, mientras que poderes fácticos como las élites empresariales y bancarias, identificados por Correa como rivales de su gobierno, fueron categorizados en la

derecha política. Como resultado, y en términos prácticos, la exacerbación de la polarización ideológica en Ecuador se impulsó en gran medida a causa del clivaje correísmo vs anticorreísmo, mismo que fue intensificándose hasta el término del mandato de Correa (Abad et al., 2022; Moncagatta & Poveda, 2021).

La llegada a la presidencia de Lenin Moreno dio inicio a un giro hacia la derecha de la agenda gubernamental, estableciendo acercamientos con las elites empresariales y bancarias, mejorando las relaciones con Estados Unidos y retornando al Fondo Monetario Internacional (FMI) como vía de financiamiento público. Asimismo, acciones como la fragmentación del partido Alianza PAIS en una facción morenista y otra correísta, y el impedimento de reelección indefinida impuesto mediante referéndum, lograron un debilitamiento significativo, aunque temporal, del correísmo (Wolff, 2018). Posteriormente, el giro hacia la derecha de la política ecuatoriana, comenzado con Moreno, terminaría consolidándose en el año 2021 con la victoria electoral de Guillermo Lasso. No obstante, se trató de una victoria ajustada frente al candidato correísta Andrés Arauz.

El año 2021, por tanto, se caracterizó por un proceso electoral en el que la población ecuatoriana debió escoger entre adoptar plenamente un gobierno de derecha (Guillermo Lasso) o retornar nuevamente al modelo correísta (Andrés Arauz), todo esto en medio de una crisis social y sanitaria a causa de la pandemia de COVID-19 que continuaba cobrando miles de vidas en todo el mundo (Abad et al., 2022). Las medidas de confinamiento impuestas por la crisis sanitaria convirtieron a los medios sociales en el principal espacio de actividad política. Así, los candidatos volcaron la mayor parte de sus esfuerzos de campaña hacia redes sociales como Facebook, Twitter e inclusive TikTok (Zumárraga-Espinosa et al., 2021). Este predominio del activismo político digital, y de las redes sociales como campos de batalla electoral, se acompañó de una polarización ideológica reavivada por la presencia del correísmo en el balotaje presidencial. En consecuencia, los medios sociales se configuraron como espacios altamente polarizados de comunicación y participación política, no solo en cuanto a las posturas ideológicas y preferencias electorales sostenidas por los usuarios, sino también respecto a la circulación de noticias y contenidos políticos (Braco-Gallardo, 2022; López-Fierro & Pacheco-Villamar, 2021; Zumárraga-Espinosa et al., 2021).

Según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Ecuador, correspondientes al año 2019, el 55.40% de la población ecuatoriana

contaba con una cuenta de Facebook, el 51.97% tenía una cuenta de WhatsApp y el 8.80% una cuenta de Twitter. Además, el nivel de uso de medios sociales se incrementa especialmente en los grupos de edad que conforman la población joven, que en promedio presenta un 73.3% de usuarios de Facebook, 67.2% de WhatsApp y un 12.57% de Twitter. En ese mismo año, según datos de Latinobarómetro, la polarización ideológica ascendía al 36.5% en el país (Moncagatta & Poveda, 2021).

Objetivos

El presente estudio se propone el objetivo de estudiar la forma en que la heterogeneidad de red y la discusión política diversa influyen en la polarización política individual, considerando comparativamente las plataformas digitales Facebook, Twitter y WhatsApp. Con base en los razonamientos teóricos y los antecedentes empíricos expuestos, es plausible establecer las siguientes hipótesis de investigación:

Hipótesis 1 (H1): La heterogeneidad de red en medios sociales se relaciona negativamente con la polarización ideológica.

Hipótesis 2 (H2): La discusión política diversa en medios sociales se relaciona negativamente con la polarización ideológica.

El análisis empírico cuantitativo se centra en el contexto político de Ecuador y se delimita al segmento poblacional correspondiente a las personas jóvenes.

MÉTODO

Muestreo y procedimiento

El estudio empírico se propone probar las hipótesis planteadas en tres medios sociales específicos: Facebook, Twitter y WhatsApp, delimitando el análisis al segmento poblacional de las personas jóvenes. Para hacer esto, se utilizaron datos de una muestra compuesta por 811 personas jóvenes radicadas en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), Ecuador. La recolección de datos tuvo lugar durante los primeros meses del año 2021, previo a las elecciones parlamentarias y presidenciales celebradas ese mismo año. Proceso electoral enmarcado en una aún vigente crisis sanitaria por la pandemia de COVID-19. Debido a las restricciones de ese momento para las actividades presenciales, el proceso de encuestado se desarrolló de forma online mediante el uso de la plataforma especializada encuestafacil.com.

Con la ayuda de estudiantes universitarios de la carrera de Psicología de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS, Sede Quito), quienes actuaron como reclutadores, se configuró una base de datos de potenciales participantes para el estudio. La selección de estas personas se efectuó de modo no probabilístico por conveniencia, considerando los siguientes criterios de inclusión: i) que las personas interesadas en participar del estudio tengan mayoría de edad (18 años cumplidos o más) y ii) que se encuentren viviendo en el DMQ. Hecho esto, el link de la encuesta digital se remitió al e-mail de los potenciales participantes, obteniéndose una tasa de respuesta de 84.4%. Puesto que el análisis se focaliza en personas jóvenes, se retuvieron los casos correspondientes a la generación Y (millennial) y la generación Z (centennial), descartándose aquellos casos de mayor edad. Tomando como referencia que la generación millennial normalmente corresponde a los nacidos entre 1980 e inicios de 1990, y la generación centennial a los nacidos a partir de 1997, la muestra de estudio quedó compuesta por personas con edades comprendidas entre 18 y 42 años.

En cuanto a las consideraciones éticas, los participantes fueron debidamente informados sobre los objetivos de la investigación y los protocolos de confidencialidad establecidos para salvaguardar su privacidad individual. La encuesta digital se respondió anónimamente y las personas consintieron participar voluntariamente en el estudio. De esta manera se cumple con las orientaciones éticas emitidas por la Declaración de Helsinki sobre la labor investigativa con seres humanos, considerándose además como una investigación de bajo riesgo pues no existe afectación psicofisiológica de las personas, limitándose a recolectar datos vía aplicación de cuestionarios.

En términos sociodemográficos, la muestra está compuesta por 435 (53.6%) mujeres y 376 (46.4%) hombres, con una edad promedio de 24.4 años (DT = 6.01). El 39.2% de los participantes posee instrucción formal de bachillerato en educación media o inferior, el 38.1% cuenta con estudios de grado incompletos, el 19.7% posee titulación universitaria y el 3.0% reporta contar con estudios de posgrado. El ingreso familiar se consultó a través de 10 intervalos de ingreso mensual que van desde 1 Salario Básico Unificado [SBU = 400 USD] o menos (19.5%) hasta 9 SBU o más (1.1%), la moda se ubicó en el rango de 400 a 800 USD (29.6%) y el segundo intervalo más frecuente fue de 800 a 1200 USD (23.4%). Comparando con datos oficiales correspondientes a la población de 18 a 42 años

del DMQ con acceso a internet, proporcionados por la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del año 2022, la muestra analizada posee sobrerrepresentación de personas con estudios superiores, mientras que en términos de sexo, la composición de la muestra no difiere significativamente de la población objetivo. En resumen, se trata de un perfil muestral joven, urbano, con estudios superiores y predominantemente de clase media.

Mediciones

Variables de interés

Polarización ideológica: Se midió a partir de una batería de 8 tópicos políticos controversiales para la realidad ecuatoriana contemporánea, englobando cuestiones como a) el libre acceso a la educación universitaria, b) la deportación de inmigrantes venezolanos, c) el enjuiciamiento a los implicados en las protestas sociales de octubre-2019, d) endurecimiento de penas para casos de femicidio, e) legalización del aborto, f) legalización del porte civil de armas, g) las relaciones del Estado con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y h) la adopción de niños por parte de matrimonios homosexuales. Se consultó a los participantes su opinión respecto a estos temas a través de una escala de valoración tipo Likert, basada en las siguientes opciones de respuesta: 1 (Totalmente en desacuerdo); 2 (En desacuerdo), 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), 4 (De acuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo). Por cuestiones analíticas, las respuestas se recodificaron según la intensidad del posicionamiento a favor o en contra, teniendo 3 posibilidades en orden ascendente de extremismo: 1 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), 2 (En desacuerdo/De acuerdo) y 3 (Totalmente en desacuerdo/Totalmente de acuerdo). Posteriormente, los puntajes-ítem recodificados se sumaron para producir un índice de polarización ideológica, con valores más altos reflejando mayor radicalización política (M = 17.66; DT = 3.83; α de Cronbach ordinal = .78). El método de medición empleado toma como referencia el estudio desarrollado por Valenzuela et al. (2021) en el contexto chileno.

Heterogeneidad de red: Se solicitó a cada participante reflexionar sobre las personas que conforman su lista de contactos en Facebook, Twitter y WhatsApp, y para cada plataforma se realizó las siguientes preguntas: a) ¿Cuántas personas comparten sus mismos puntos de vista y opinión sobre política y cuestiones de interés público?; b) ¿Cuántas personas apoyan al mismo candidato presidencial que usted? (Chen et al., 2022a). Se ofrecieron las siguientes alternativas de respuesta: 5 (Ninguno), 4 (Solo unos

cuantos), 3 (Alrededor de la mitad), 2 (La mayoría) y 1 (Todos), codificadas de modo que puntajes más altos se correspondan con redes interpersonales más heterogéneas. Con la finalidad de agregar la información de los ítems descritos se procedió a sumar sus respectivos puntajes, construyéndose así índices aditivos de heterogeneidad de red para cada plataforma de interés: Facebook (M = 7.39; DT = 1.71; Rho de Spearman = .66, $p < .001$), Twitter (M = 8.59; DT = 1.77; Rho = .85, $p < .001$) y WhatsApp (M = 7.62; DT = 1.86; Rho = .78, $p < .001$).

Discusión política diversa: Se evaluó mediante 5 ítems referentes a la frecuencia de discusión sobre cuestiones políticas, las elecciones o temas de interés público con: a) personas que no están de acuerdo con la propia opinión o punto de vista; b) personas con opiniones distintas; c) personas de etnia distinta; d) personas de estrato o clase social diferente y e) personas de una nacionalidad distinta (Lee et al., 2014; Yoo & Gil De Zúñiga, 2019). En cada ítem se empleó una escala de valoración que va desde 1 (Nunca) hasta 5 (Siempre). Los puntajes-ítem se sumaron para construir índices de discusión política diversa tanto para Facebook (M = 8.27; DT = 3.84; $\alpha = .91$), Twitter (M = 7.18; DT = 3.57; $\alpha = .94$) y WhatsApp (M = 8.33; DT = 3.72; $\alpha = .91$).

VARIABLES DE CONTROL

Consumo político en medios sociales: Se midió a través de 2 ítems: a) recibir o encontrar contenidos e información sobre cuestiones políticas o campañas electorales; b) revisar o leer contenidos e información sobre política o las elecciones. La frecuencia de cada actividad se evaluó con una escala de valoración que va desde 1 (Nunca) hasta 5 (Siempre). Estos ítems se combinaron, mediante sumatoria, para construir el respectivo índice de consumo político vía Facebook (M = 4.40; DT = 1.97; Rho = .69, $p < .001$), Twitter (M = 3.35; DT = 1.85; Rho = .82, $p < .001$) y WhatsApp (M = 3.84; DT = 1.76; Rho = .75, $p < .001$).

Expresión política en medios sociales: Para evaluar la conducta expresiva, centrada en la transmisión pública de mensajes y opiniones políticas, se contempló dos actividades que pueden desarrollarse vía plataformas digitales: a) escribir opiniones sobre las elecciones o asuntos relacionados con la política en el muro o perfil personal; b) compartir imágenes, videos, links y contenidos relativos a temas políticos,

cuestiones de interés público, candidatos o campañas electorales. Las opciones de respuesta oscilaron entre 1 (Nunca) y 5 (Siempre). Mediante sumatoria se calcularon los respectivos índices de expresión política en Facebook (M = 3.31; DT = 1.61; Rho = .58, $p < .001$), Twitter (M = 2.88; DT = 1.54; Rho = .73, $p < .001$) y WhatsApp (M = 3.28; DT = 1.53; Rho = .61, $p < .001$).

Variables sociodemográficas: El sexo, la edad, el nivel educativo y el ingreso familiar de los participantes se incluyen como variables de control, esto con el fin de neutralizar posibles efectos de confusión producidos por estas características individuales, mejorando la rigurosidad del análisis.

ANÁLISIS DE DATOS

La estrategia analítica seguida para probar las hipótesis de investigación consistió en la elaboración de modelos de regresión lineal múltiple tomando como variable dependiente a la polarización ideológica y variables independientes de interés a la heterogeneidad de red y la discusión política diversa, junto con las variables de control contempladas.

Dado que es bastante común que las personas usen simultáneamente varios medios sociales, se plantean análisis de regresión por separado para cada plataforma: Facebook, Twitter y WhatsApp. Esto con el fin de evitar potenciales problemas de colinealidad entre predictores.

RESULTADOS

La Tabla 1 muestra los resultados del análisis de regresión aplicado a los usuarios de Facebook. Como puede observarse, la heterogeneidad de red se asocia negativamente con la polarización ideológica ($\beta = -.277$; $p < .01$), siendo las personas con listas de contactos predominantemente heterogéneas quienes tienden a registrar niveles más bajos de polarización. Asimismo, la discusión política diversa produce un efecto negativo y significativo sobre la polarización ($\beta = -.114$; $p < .05$), siendo las personas que discuten más frecuentemente con interlocutores que difieren en términos de etnia, nacionalidad, estatus e ideología política, quienes registran mayor grado de moderación política.

Tabla 1

Efectos de la heterogeneidad de red y la discusión política diversa sobre la polarización ideológica. Uso de FACEBOOK.

	β	BETA
Predictores		
Constante	17.636***	
Variables de control		
<i>Otros usos políticos de Facebook</i>		
Consumo político	.150 ⁺	.077
Expresión política	.008	.003
<i>Sociodemográficos</i>		
Sexo (Masculino)	.012	.002
Edad	.084***	.131
Nivel educativo	.032	.008
Ingreso familiar	.006	.003
Variables independientes de interés		
Heterogeneidad de red	-.277**	-.124
Discusión política diversa	-.114*	-.115
R ²		.037
F (PROB)		3.724 (p < .001)

Nota: *p < .10, **p < .05, ***p < .01, ****p < .001. BETA = Coeficiente de regresión estandarizado.

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las variables de control, los jóvenes de mayor edad tienden a reportar posicionamientos ideológicos más polarizados ($\beta = .084$; $p < .001$).

un efecto despolarizador significativo ($\beta = -.262$; $p < .01$). Por el lado de las variables de control, la edad influye positivamente sobre la polarización ideológica ($\beta = .090$; $p < .01$).

En el caso de la red social Twitter (ver Tabla 2), únicamente la discusión política diversa presenta

Tabla 2

Efectos de la heterogeneidad de red y la discusión política diversa sobre la polarización ideológica. Uso de TWITTER.

	β	BETA
Predictores		
Constante	17.130***	
Variables de control		
<i>Otros usos políticos de Twitter</i>		
Consumo político	.250 ⁺	.116
Expresión política	-.067	-.026
<i>Sociodemográficos</i>		
Sexo (Masculino)	.207	.026
Edad	.090**	.134
Nivel educativo	-.038	-.010
Ingreso familiar	.057	.027
Variables independientes de interés		
Heterogeneidad de red	-.066	-.029
Discusión política diversa	-.262**	-.235
R ²		.050
F (PROB)		4.244 (p < .001)

Nota: *p < .10, **p < .01, ***p < .001. BETA = Coeficiente de regresión estandarizado.

Fuente: elaboración propia

El análisis de la plataforma WhatsApp, presentado en la Tabla 3, muestra que tanto los usuarios con una red social digital más heterogénea ($\beta = -.217$; $p < .01$), como quienes desarrollan discusiones políticas plurales con más frecuencia ($\beta = -.118$; $p < .05$), se encuentran más propensos a adoptar posturas políticas más moderadas. Por otra parte, la edad aparece como un predictor positivo de la polarización ideológica ($\beta = .083$; $p < .001$).

Comparativamente, la heterogeneidad de red (BETA = $-.124$) desempeña un rol despolarizador más importante que la discusión política diversa en el caso de la red social Facebook (BETA = $-.115$). De modo opuesto, la discusión política diversa (BETA = $-.115$) ejerce un efecto despolarizador más fuerte que la heterogeneidad de red (BETA =

$-.107$) en el caso de WhatsApp. Por el contrario, la discusión diversa aparece como el único factor protector frente a la polarización ideológica entre los usuarios de Twitter (BETA = $-.235$). Contrastando entre medios sociales, los resultados apuntan a que la heterogeneidad de red es más determinante, en términos de despolarización ideológica, entre los usuarios de Facebook (BETA = $-.124$), mientras que la discusión política diversa constituye un factor despolarizador crítico en las interacciones conversacionales que tienen lugar vía Twitter (BETA = $-.235$).

Por último, cabe una mención a la variable consumo político, pues aunque de manera marginalmente significativa, presenta efectos polarizadores entre los usuarios de Facebook y Twitter.

Tabla 3

Efectos de la heterogeneidad de red y la discusión política diversa sobre la polarización ideológica. Uso de WHATSAPP.

	β	BETA
Predictores		
Constante	17.879***	
VARIABLES DE CONTROL		
<i>Otros usos políticos de WhatsApp</i>		
Consumo político	.158	.073
Expresión política	-.058	-.023
<i>Sociodemográficos</i>		
Sexo (Masculino)	.002	.000
Edad	.083***	.131
Nivel educativo	-.020	-.005
Ingreso familiar	.043	.021
VARIABLES INDEPENDIENTES DE INTERÉS		
Heterogeneidad de red	-.217**	-.107
Discusión política diversa	-.118*	-.115
R ²		.031
F (PROB)		3.171 ($p < .01$)

Nota: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. BETA = Coeficiente de regresión estandarizado.

Fuente: elaboración propia

DISCUSIÓN

La investigación presentada explora el efecto despolarizador, en términos ideológicos, de la heterogeneidad de red y la discusión política diversa en medios sociales, considerando comparativamente el uso de tres plataformas: Facebook, Twitter y WhatsApp. El contexto socio-político analizado corresponde a Ecuador y el análisis se delimita al segmento demográfico de las personas jóvenes.

En cuanto a la H1, los resultados del análisis de regresión evidencian que la heterogeneidad de red reduce la polarización ideológica al usarse

plataformas como Facebook y WhatsApp. Por lo tanto, la muestra analizada sugiere que percibir una red social digital más heterogénea constituye un factor despolarizador solamente en los espacios comunicacionales configurados por Facebook y WhatsApp, teniendo un rol menos determinante en el caso de Twitter. Por otra parte, los datos presentados respaldan la existencia de una relación negativa entre la discusión política diversa y la polarización ideológica (H2 soportada empíricamente), siendo posible afirmar que los participantes que sostienen conversaciones políticas con una mayor pluralidad de interlocutores están menos propensos a adoptar posicionamientos

políticos extremos. Además, el efecto despolarizador observado actúa de modo consistente en todos los medios sociales analizados.

En términos comparativos, la heterogeneidad de red se presenta como un mecanismo despolarizador en plataformas como Facebook y WhatsApp, mientras que si bien la discusión política diversa reduce la polarización de manera más consistente entre medios sociales, su efecto resulta ser mayor entre los usuarios de la red social Twitter. Específicamente, en el caso de Facebook la heterogeneidad de red produce un efecto despolarizador mayor que la discusión política diversa. Lo opuesto sucede con la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, siendo la discusión política diversa la variable con mayor relevancia despolarizadora, resultado que hace sentido dado el foco conversacional de esta plataforma. Estos patrones relacionales diferenciados pueden explicarse a partir de las particularidades que cada plataforma digital posee en cuanto a sus prestaciones técnicas y las modalidades de uso definidas por el público.

En la red social Facebook la construcción de vínculos digitales se basa principalmente en el mecanismo recíproco de aceptación de solicitudes de amistad, lo que implica que al volverse amigos en esta plataforma, los usuarios adquieren acceso mutuo a la información publicada por el otro (Waterloo et al., 2018). Por su parte, los usuarios de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp eligen a quienes agregar como contactos y a qué grupos de chat pertenecer. Las posibilidades de transmisión de mensajes a amplias audiencias de Facebook, junto con su control de las listas de amigos por medio del sistema de aceptación recíproca, hacen que esta plataforma opere como un espacio semi-público¹, mientras que WhatsApp proporciona condiciones de comunicación más privadas y centradas en interacciones cercanas, directas y de momento presente (Valeriani & Vaccari, 2018; Waterloo et al., 2018). A pesar de estas diferencias, Facebook y WhatsApp coinciden en que la formación de vínculos, tanto fuertes

como débiles, generalmente se fundamenta en relaciones interpersonales preexistentes (Kligler-Vilenchik et al., 2020).

En este sentido, es razonable que las personas perciban mayor cercanía social con respecto a las audiencias y contactos que estructuran las redes digitales de estas plataformas. Asimismo, ni Facebook ni WhatsApp constituyen espacios estrictamente políticos (Semaan et al., 2014), pues si bien es posible intercambiar información y discutir sobre temas políticos, el foco de estas plataformas está situado en la formación de comunidades, la gestión de una identidad digital frente a múltiples audiencias, el desarrollo de relaciones interpersonales, así como la comunicación en torno a cuestiones cotidianas y concretas como lo relativo al trabajo, los estudios, la familia, etc. En contraste, Twitter es una plataforma que opera de forma más pública, estructurando las redes digitales a través de un proceso no recíproco seguimiento que no requiere la aprobación del usuario para que otros usuarios puedan acceder a sus publicaciones (Lin et al., 2014). En otras palabras, cualquier usuario de Twitter puede seguir y entrar en contacto con los contenidos y mensajes compartidos en el perfil del resto de usuarios. Esto supone una estructuración de redes sociales digitales más abiertas, con un peso mayoritario de vínculos débiles y presencia importante de extraños (Waterloo et al., 2018), lo que puede inducir a que las personas tengan una percepción de menor cercanía social respecto a quienes conforman sus audiencias de Twitter. Adicionalmente, Twitter como herramienta de microblogueo se concibe como un espacio más especializado e idóneo para el tratamiento de cuestiones políticas (Kligler-Vilenchik et al., 2020), por lo que el foco de interés al usar esta red social no necesariamente se sitúa en el desarrollo de vínculos interpersonales, siendo más relevante la maximización del alcance de los mensajes emitidos e intervenir en el debate público más amplio sobre diferentes cuestiones de interés social y político.

Estas especificidades de los medios sociales analizados pueden ayudar a explicar las

¹ Conviene aclarar que al diferenciar el carácter más público o privado de los medios sociales, este trabajo se refiere puntualmente a las condiciones de comunicación que estas plataformas digitales proporcionan a sus usuarios. Así, debe distinguirse entre el uso y la propiedad de los medios sociales. Cuando se menciona que una plataforma funciona de manera más pública se hace referencia a que los mensajes transmitidos tienen un mayor alcance (configuración más extensa de audiencias) y que el contenido generado por los usuarios resulta más

accesible para el resto de usuarios (características de privacidad; Kligler-Vilenchik et al., 2020; Waterloo et al., 2018). Por tanto, si bien ofrecen autonomía para que los usuarios personalicen sus perfiles y redes interpersonales de acuerdo a sus preferencias (Semaan et al., 2014), no debe olvidarse que plataformas como Facebook, WhatsApp (Meta Platforms, Presidente y Director Ejecutivo: Mark Zuckerberg) y Twitter (actualmente Twitter/X, Propietario: Elon Musk) son de propiedad privada y operan bajo una lógica empresarial.

diferencias observadas en la muestra en cuanto al efecto despolarizador de la heterogeneidad de red. Al respecto, dado que tanto Facebook como WhatsApp estructuran sus redes con base en relaciones preexistentes, el foco se sitúa en el sostenimiento y fortalecimiento de vínculos interpersonales, y los usuarios mantienen mayor cercanía social con sus audiencias, es plausible que percibir un entorno social políticamente más heterogéneo produzca resultados despolarizadores más intensos. Como Barberá (2014) propone, la formación de la identidad política individual responde a los procesos de socialización en los que una persona interviene, por lo que exponerse a un contexto social con información política contradictoria conduce a una mayor moderación política, pues ante una falta de reafirmación mayoritaria de las propias opiniones, disminuye el exceso de confianza en torno a estas. A esto debe añadirse que si bien redes sociales más heterogéneas favorecen una mayor exposición incidental a contenidos y opiniones políticas discrepantes (Brundidge, 2010), los cambios actitudinales que puedan ocurrir están fuertemente condicionados por el nivel de involucramiento y procesamiento cognitivo que se realice de la información contra-actitudinal. Por ejemplo, buscando activamente nueva información para entender mejor las posiciones ideológicas contrarias, identificar puntos de consenso y llevar a cabo procesos de deliberación interna que terminen redefiniendo las propias creencias (Chen et al., 2022a; Chen et al., 2022b). Esta apertura a las diferencias ideológicas y disposición a un involucramiento activo con el desacuerdo político se favorece especialmente si quienes sostienen distintas opiniones y puntos de vista son personas cercanas y conocidas (Mutz, 2002), con las que se espera seguir interactuando en el futuro por diversas razones (familia, trabajo, estudios, amigos, etc.). En consecuencia, percibir que una esfera pública digital es predominantemente heterogénea en términos políticos, cuando esta se considera más cercana socialmente, puede intensificar el efecto despolarizador de la exposición contra-actitudinal, gracias a una mayor tolerancia hacia los puntos de vista divergentes y un procesamiento cognitivo más comprometido con la otredad política.

En cambio en Twitter, puesto que las audiencias se estructuran de modo no recíproco, es más probable que quienes integran la lista de contactos del usuario sean vínculos no respaldados en relaciones preexistentes, lo cual puede provocar una percepción de mayor distancia social hacia la esfera pública de esta plataforma. Esto podría explicar por qué en este estudio la heterogeneidad de red no ejerce un efecto

despolarizador significativo en Twitter, pues aunque esta red social es, por lo general políticamente más heterogénea, proporcionando más oportunidades de contacto con contenidos y opiniones desafiantes, la distancia social percibida hacia los contactos (seguidores/seguídos) reduce la motivación social por un involucramiento más activo y constructivo con el disenso ideológico.

Estudios previos han evidenciado que la exposición incidental a información contra-actitudinal no constituye un proceso unidimensional, por lo que los resultados cognitivos-conductuales de dicha exposición se encuentran condicionados por el tipo de respuesta (activa/pasiva) que el usuario despliega frente al desacuerdo político (Chen et al., 2022a; Chen et al., 2022b; Guo & Chen, 2022). Los hallazgos comparativos del presente trabajo contribuyen a la comprensión de este fenómeno, mostrando que el efecto despolarizador de la heterogeneidad de red puede verse moderado por el tipo de medio social utilizado, siendo más probable que la pluralidad percibida en plataformas que estructuran redes interpersonales más cercanas, como los casos de Facebook y WhatsApp aquí analizados, favorezcan más efectivamente la moderación ideológica. Por el contrario, en plataformas basadas en una configuración no recíproca de audiencias, como ocurre con Twitter, la heterogeneidad de red no constituye un factor relevante para reducir la polarización ideológica.

Con respecto a la verificación de la H2, en concordancia con la evidencia aportada por los estudios centrados en el intercambio activo con el disenso político (Lee et al., 2014; Lee & Choi, 2020; Santoro & Broockman, 2022), la discusión política diversa favorece la moderación ideológica mostrando un efecto despolarizador en las tres plataformas estudiadas: Facebook, Twitter y WhatsApp. Por lo tanto, los resultados empíricos presentados sugieren que la discusión activa con interlocutores políticamente heterogéneos constituye un mecanismo consistente de despolarización al usarse medios sociales.

Los resultados en torno a las variables de control muestran que solamente la edad opera como un predictor positivo de la polarización. Aunque este estudio se focaliza en personas jóvenes, el hallazgo en cuestión revela que son las personas de menor edad son quienes manifiestan menor extremismo político. Respecto a los otros usos políticos de medios sociales analizados, las medidas descriptivas muestrales sugieren que Facebook ($M = 4.40$; $DT = 1.97$) y WhatsApp ($M = 3.84$; $DT = 1.76$) son las plataformas más utilizadas para el consumo de información política. Este patrón

se replica en cuanto a las conductas de expresión política, siendo Twitter ($M = 2.88$; $DT = 1.54$) la plataforma que registra una utilización menos frecuente para actividades como escribir opiniones o compartir contenido de naturaleza política. Los análisis de regresión, por su parte, mostraron que aunque de forma marginalmente significativa el comportamiento de consumo político parece favorecer la polarización ideológica cuando tiene lugar en las plataformas Facebook y Twitter. Esto sugeriría que comportamientos comunicacionales de tipo pasivo contribuyen a la adopción de posturas políticas más extremas, quizá porque cuando el consumo de contenidos políticos es intencional tiende a ser selectivo según las preferencias ideológicas y privilegiar perspectivas afines con la propia postura política, lo que termina reforzando las actitudes preexistentes, tal como lo plantea la teoría de la disonancia cognitiva y la literatura sobre exposición selectiva a contenido político (Dylko et al., 2018; Hmielowski et al., 2016; Jeong et al., 2019; Kubin & von Sikorski, 2021). No obstante, en el presente estudio tanto las variables de consumo como de expresión política se contemplaron únicamente con el propósito de controlar posibles efectos de confusión al evaluar las hipótesis de interés, por lo que su análisis resulta limitado. En consecuencia, se recomienda que nuevas investigaciones exploren con mayor profundidad y detalle el modo en que diferentes formas de consumo (p. ej. consumo de memes políticos, exposición a fake news, etc.) y prosumo político (p. ej. intervención en foros sobre asuntos políticos y de interés público, acciones de movilización política, etc.) se relacionan con la polarización política en el marco del uso de medios sociales.

En esta línea, investigaciones previas han evidenciado que aspectos como la identificación partidista o la pertenencia a agrupaciones políticas condicionan el efecto del uso de medios sociales sobre resultados políticos como la polarización (Vraga, 2015) o la participación (Zumárraga-Espinosa, 2020), por lo que también se recomienda que futuros estudios aborden las diferentes posibilidades de interacción entre partidismo político, uso de medios sociales y polarización política.

Limitaciones

Cabe señalar que la investigación presentada posee algunas limitaciones. Primero, si bien el análisis se concentra en el segmento específico de la población joven (centennials + millennials), los datos recolectados corresponden a una muestra no probabilística, por lo que no es posible asegurar una

representatividad plena de la población objetivo. En consecuencia, se recomienda discreción al momento de interpretar los resultados. Ahora bien, se sabe que cuando una muestra no probabilística corresponde a un grupo poblacional más delimitado en términos sociodemográficos, su generalizabilidad tiende a mejorar. Es decir, mientras más homogéneo es el segmento poblacional elegido como marco muestral, mayor facilidad tiene una muestra no probabilística de reducir errores y sesgos al estimar las características de interés a nivel poblacional (Jager et al., 2017). Siguiendo esta lógica, el perfil de los participantes de este estudio evidencia que la muestra se encuentra caracterizada por los siguientes rasgos: personas jóvenes, urbanas, con educación superior y de clase media; tratándose del grupo homogéneo predominantemente representado al interior de la población objetivo inicial (personas jóvenes). Por lo tanto, es posible afirmar que resulta más probable que los resultados presentados sean aplicables a esta demografía específica.

Por otra parte, este estudio explora hipótesis que previamente no han sido probadas de forma empírica en el contexto de Ecuador. Por lo que aunque la muestra empleada no es representativa, si es bastante informativa de la población objetivo (especialmente por su tamaño muestral; Guo & Hussey, 2004), proporcionando una buena aproximación inicial al modo en que la heterogeneidad de red y la discusión política diversa se relacionan con la polarización ideológica en jóvenes ecuatorianos, en los casos puntuales de las tres plataformas digitales analizadas (Quatember, 2019). Por último, debe precisarse que los datos analizados se circunscriben a la capital ecuatoriana (DMQ) como centro político del país. Dicho esto, se recomienda que próximos estudios constaten los resultados presentados en este trabajo a partir de muestras más extensas, con cobertura nacional y que se estén basadas en procedimientos probabilísticos.

En segundo lugar, el estudio se concentró en analizar los predictores de la polarización ideológica, por lo que se sugiere que nuevos estudios se concentren en explorar los mecanismos despolarizadores en torno a formas de polarización más centradas en los líderes y partidarios políticos, como es el caso de la polarización afectiva. Tercero, si bien este trabajo aporta una visión comparativa de las dinámicas de despolarización entre distintos medios sociales, este contraste se limitó a los casos específicos de Facebook, Twitter y WhatsApp, siendo necesario extender el análisis hacia plataformas que recientemente han adquirido mayor relevancia política como son Instagram y TikTok. Cuarto, cabe

resaltar que el estudio se focalizó en un momento electoral, correspondiente a las elecciones presidenciales y parlamentarias celebradas en Ecuador en 2021, tratándose de un contexto de especial interés si se tiene a la polarización política como objeto de estudio, sin embargo se requiere que futuras investigaciones evalúen la replicabilidad de estos resultados en tiempos no electorales, a fin de entender mejor cómo operan los procesos de polarización según distintas etapas del ciclo político-democrático.

CONCLUSIONES

Este trabajo aporta con evidencia a la literatura sobre medios sociales y polarización política, considerando simultáneamente dos brechas de conocimiento concretas: a) la necesidad de mayor exploración de las características y mecanismos de los medios sociales que favorecen procesos de despolarización política y b) la menor disponibilidad de estudios cuantitativos sobre este tema en contextos distintos a Estados Unidos (Kubin & von Sikorski, 2021). Considerando el contexto sociopolítico de Ecuador y centrando el estudio en la población joven (centennials + millennials), la muestra analizada permitió verificar parcialmente la H1 y completamente la H2.

Con respecto a H1, en este estudio se observaron efectos significativos y negativos de la heterogeneidad de red sobre la polarización ideológica tanto en la plataforma Facebook como WhatsApp. En cambio en el caso del uso de Twitter, no se encontró una relación significativa entre estas variables. Debe mencionarse que un resultado no significativo normalmente se considera no concluyente, por lo que, dadas las limitaciones de la muestra no probabilística utilizada, se recomienda que nuevos estudios confirmen el resultado de Twitter a partir del uso de datos con mayor potencia representativa. Por su parte, la H2 se soportó empíricamente en los tres medios sociales evaluados, obteniéndose un efecto despolarizador consistente por parte de la discusión política diversa. Adicionalmente, la comparación de efectos sugiere que la heterogeneidad de red desempeña un rol despolarizador más intenso que la discusión diversa al usarse Facebook y WhatsApp, mientras que en la red social Twitter la discusión política diversa presenta un efecto despolarizador relativamente mayor.

En síntesis, los hallazgos de esta investigación aportan al conocimiento sobre medios sociales y polarización política nutriendo la acumulación de evidencia desde contextos menos estudiados como la región de América Latina.

Sobre la discusión política diversa, los resultados permiten concluir que se trata de un mecanismo consistente de despolarización al usarse los medios sociales explorados, replicando sus beneficios democráticos en un contexto socio-político como el de Ecuador, donde las dinámicas de polarización ideológica giran en torno a clivajes más personalistas (correísmo - anticorreísmo), aspecto que también resulta extrapolable a buena parte de Latinoamérica. En cuanto a la heterogeneidad de red, si bien la evidencia aquí presentada confirma su papel despolarizador, los resultados comparativos apuntan a que el tipo de medio social modera la medida en que redes digitales más heterogéneas reducen la polarización ideológica, siendo un mecanismo despolarizador más importante en plataformas de cercanía interpersonal como Facebook y WhatsApp.

Dado que en la actualidad la reducción de la polarización política se vuelve algo cada vez más necesario, incluso urgente, para asegurar la estabilidad y el buen funcionamiento de las democracias, los hallazgos aquí expuestos albergan una serie de implicaciones prácticas respecto al potencial despolarizador del uso de medios sociales, especialmente en la población más joven. Se vuelve necesario avanzar en el estudio de los factores que favorecen usos más deliberativos y críticos de estas plataformas, promoviendo que los usuarios configuren listas de contactos más heterogéneas y plurales por su valor democrático, al igual que fomentar conductas más activas y constructivas frente al disenso de creencias y opiniones, como lo es el dialogo frecuente con la otredad política. En este sentido, el aporte de variables como la alfabetización de medios sociales o el cultivo de valores deliberativos merecen mayor atención investigativa, en especial en una región como América Latina, cuyos sistemas políticos tienden hacia una mayor vulnerabilidad frente a los estragos de la polarización.

REFERENCIAS

- Abad, A., Aldaz-Peña, R., Dávila-Gordillo, D., & Vallejo-Vera, S. (2022).** An Unwelcomed Deja-vu: Ecuadorian Politics in 2021. *Revista de Ciencia Política*, 42(2), 281-308. <https://doi.org/10.4067/s0718-090x2022005000112>
- Barberá, P. (2014).** How social media reduces mass political polarization. Evidence from Germany, Spain, and the US. En: 2015 APSA Conference, 1-46. http://pablobarbera.com/static/barbera_polarization_APSA.pdf

- Beam, M. A., Hutchens, M. J., & Hmielowski, J. D. (2018).** Facebook news and (de) polarization: Reinforcing spirals in the 2016 US election. *Information, Communication & Society*, 21(7), 940-958. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1444783>
- Bravo-Gallardo, C. (2022).** Un proceso electoral en medio de dos pandemias: la del COVID-19 y la de la desinformación, ¿qué cambió en el Ecuador?. *Más Poder Local*, (47), 49-63. <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/proceso-electoral-entre-dos-pandemias-ecuador-mpl47>
- Brundidge, J. (2010).** Encountering "difference" in the contemporary public sphere: The contribution of the Internet to the heterogeneity of political discussion networks. *Journal of communication*, 60(4), 680-700. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01509.x>
- Butters, R., & Hare, C. (2022).** Polarized networks? New evidence on American voters' political discussion networks. *Political Behavior*, 44(3), 1079-1103. <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09647-w>
- Chen, H. T., Ai, M., & Guo, J. (2022a).** The effect of cross-cutting exposure on attitude change: examining the mediating role of response behaviors and the moderating role of openness to diversity and social network homogeneity. *Asian Journal of Communication*, 32(2), 93-110. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.2022173>
- Chen, H. T., Kim, Y., & Chan, M. (2022b).** Just a glance, or more? Pathways from counter-attitudinal incidental exposure to attitude (de) polarization through response behaviors and cognitive elaboration. *Journal of Communication*, 72(1), 83-110. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab046>
- De la Torre, C. (2013).** El tecnopopulismo de Rafael Correa: ¿Es compatible el carisma con la tecnocracia?. *Latin American Research Review*, 48(1), 24-43. <https://www.jstor.org/stable/41811586>
- Delli Carpini, M. X., Cook, F. L., & Jacobs, L. R. (2004).** Public deliberation, discursive participation, and citizen engagement: A review of the empirical literature. *Annual Review of Political Science*, 7, 315-344. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.7.121003.091630>
- Dryzek, J. S. (2000).** *Deliberative democracy and beyond: Liberals, critics, contestations*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Dylko, I., Dolgov, I., Hoffman, W., Eckhart, N., Molina, M., & Aaziz, O. (2018).** Impact of customizability technology on political polarization. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(1), 19-33. <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1354243>
- Eveland, W. P. (2004).** The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication*, 21(2), 177-193. <https://doi.org/10.1080/10584600490443877>
- Fiorina, M. P., & Abrams, S. J. (2008).** Political polarization in the American public. *Annual Review of Political Science*, 11, 563-588. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>
- Freidenberg, F. (2006).** Izquierda vs. derecha. Polarización ideológica y competencia en el sistema de partidos ecuatoriano. *Política y gobierno*, 8(2), 237-278. <http://politicaygobierno.cide.edu/index.php/yg/article/view/282>
- Garrett, R. K. (2009).** Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate. *Journal of communication*, 59(4), 676-699. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01452.x>
- Garrett, R. K., Gvirsman, S. D., Johnson, B. K., Tsfaty, Y., Neo, R., & Dal, A. (2014).** Implications of pro-and counterattitudinal information exposure for affective polarization. *Human communication research*, 40(3), 309-332. <https://doi.org/10.1111/hcre.12028>
- Gil de Zúñiga, H., & Cheng, Z. (2021).** Origin and evolution of the News Finds Me perception: Review of theory and effects. *Profesional de la Información*, 30(3), e300321. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.21>
- Gil de Zúñiga, H. & Valenzuela, S. (2011).** The mediating path to a stronger citizenship: Online and offline networks, weak ties, and civic engagement. *Communication Research*, 38(3), 397-421. <https://doi.org/10.1177/0093650210384984>
- Guo, J., & Chen, H. T. (2022).** How Does Multi-Platform Social Media Use Lead to Biased News Engagement? Examining the Role of Counter-Attitudinal Incidental Exposure, Cognitive Elaboration, and Network Homogeneity. *Social Media + Society*, 8(4), 1-12. <https://doi.org/10.1177/20563051221129140>
- Guo, S., & Hussey, D. L. (2004).** Nonprobability sampling in social work

research: Dilemmas, consequences, and strategies. *Journal of Social Service Research*, 30(3), 1-18.
https://doi.org/10.1300/J079v30n03_01

Handlin, S. (2018). The logic of polarizing populism: State crises and polarization in South America. *American Behavioral Scientist*, 62(1), 75-91.
<https://doi.org/10.1177/0002764218756922>

Hmielowski, J. D., Beam, M. A., & Hutchens, M. J. (2016). Structural changes in media and attitude polarization: Examining the contributions of TV news before and after the Telecommunications Act of 1996. *International Journal of Public Opinion Research*, 28(2), 153-172.
<https://doi.org/10.1093/ijpor/edv012>

Inguanzo, I. (2010). "Clivajes y polarización ideológica de los legisladores de América Latina. Elites Parlamentarias Latinoamericanas". *Boletín Datos de Opinión*, 18(10), 1-6. https://oir.org.es/pela/wp-content/uploads/2019/05/BOLETIN_ANALISIS_18.pdf

Jager, J., Putnick, D. L., & Bornstein, M. H. (2017). II. More than just convenient: The scientific merits of homogeneous convenience samples. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 82(2), 13-30.
<https://doi.org/10.1111/mono.12296>

Jeong, M., Zo, H., Lee, C. H., & Ceran, Y. (2019). Feeling displeasure from online social media postings: A study using cognitive dissonance theory. *Computers in Human Behavior*, 97, 231-240.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.02.021>

Kibet, A., & Ward, S. (2018). Socially networked heterogeneity: the influence of WhatsApp as a social networking site on polarisation in Kenya. *African Journalism Studies*, 39(4), 42-66.
<https://doi.org/10.1080/23743670.2018.1537979>

Kim, M., Lu, Y., & Lee, J. K. (2021). Heterogeneity of Facebook friend network facilitates political learning: Evidence from a panel survey during the 2016 US presidential campaign. *Communication Monographs*, 88(4), 463-482.
<https://doi.org/10.1080/03637751.2021.1882683>

Klar, S., & Shmargad, Y. (2017). The effect of network structure on preference formation. *The Journal of Politics*, 79(2), 717-721.
<https://doi.org/10.1086/689972>

Kligler-Vilenchik, N., Baden, C., & Yarchi, M. (2020). Interpretative polarization across platforms: How political disagreement develops

over time on Facebook, Twitter, and WhatsApp. *Social Media + Society*, 6(3), 1-13.
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305120944393>

Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188-206.
<https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>

Lee, F. E. (2015). How party polarization affects governance. *Annual review of political science*, 18, 261-282.
<https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-072012-113747>

Lee, J., & Choi, Y. (2020). Effects of network heterogeneity on social media on opinion polarization among South Koreans: Focusing on fear and political orientation. *International Communication Gazette*, 82(2), 119-139.
<https://doi.org/10.1177/1748048518820499>

Lee, J. K., Choi, J., Kim, C., & Kim, Y. (2014). Social media, network heterogeneity, and opinion polarization. *Journal of communication*, 64(4), 702-722.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12077>

Lin, H., Tov, W., & Qiu, L. (2014). Emotional disclosure on social networking sites: The role of network structure and psychological needs. *Computers in Human Behavior*, 41, 342-350.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.045>

López-Fierro, S., & Pacheco-Villamar, R. (2021). Cuantificando opiniones expresadas en tweets durante las Elecciones Presidenciales Ecuatorianas del 2021 por medio del Análisis de Sentimiento. *Ecuadorian Science Journal*, 5(3), 209-219.
<https://doi.org/10.46480/esj.5.3.156>

Lu, Y., & Lee, J. K. (2021). Effects of news sharing and discussion network heterogeneity on incidental exposure to counter-attitudinal political information on Facebook. *The Social Science Journal*, 1-13.
<https://doi.org/10.1080/03623319.2021.1937469>

Mason, L. (2018). *Uncivil agreement: How politics became our identity*. Chicago: University of Chicago Press.

Min, S. J., & Wohn, D. Y. (2020). Underneath the filter bubble: The role of weak ties and network cultural diversity in cross-cutting exposure to disagreements on social media. *The Journal of Social Media in Society*, 9(1), 22-38.
<https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/447>

Moncagatta, P., Moscoso-Moreno, A., Pachano, S., Montalvo, J. D., & Zechmeister, E. J. (2020). *Cultura política de la democracia en Ecuador y en las Américas, 2018/19*. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

Moncagatta, P., & Poveda, A. E. (2021). La creciente polarización ideológica en Ecuador bajo el Gobierno de Rafael Correa. *Estado & comunes, revista de políticas y problemas públicos*, 1(12), 55-71. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n12.2021.210

Mutz, D. C. (2002). Cross-cutting social networks: Testing democratic theory in practice. *American Political Science Review*, 96(1), 111-126. <https://doi.org/10.1017/S0003055402004264>

Pingree, R. J. (2007). How messages affect their senders: A more general model of message effects and implications for deliberation. *Communication theory*, 17(4), 439-461. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00306.x>

Price, V., Cappella, J. N., & Nir, L. (2002). Does disagreement contribute to more deliberative opinion?". *Political communication*, 19(1), 95-112. <https://doi.org/10.1080/105846002317246506>

Quatember, A. (2019). Inferences based on Probability Sampling or Nonprobability Sampling: Are They Nothing but a Question of Models? *Survey Methods: Insights from the Field*, 1-9. <https://doi.org/10.13094/SMIF-2019-00004>

Semaan, B. C., Robertson, S. P., Douglas, S., & Maruyama, M. (2014). Social media supporting political deliberation across multiple public spheres: Towards Depolarization. In: Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing - CSCW '14, 1409-1421. <https://doi.org/10.1145/2531602.2531605>

Santoro, E., & Broockman, D. E. (2022). The promise and pitfalls of cross-partisan conversations for reducing affective polarization: Evidence from randomized experiments. *Science advances*, 8(25), eabn5515. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abn5515>

Taber, C. S., Cann, D., & Kucsova, S. (2009). The motivated processing of political arguments. *Political Behavior*, 31, 137-155. <https://doi.org/10.1007/s11109-008-9075-8>

Valenzuela, S., Bachmann, I., & Bargsted, M. (2019). The Personal Is the Political? What Do WhatsApp Users Share and How It Matters

for News Knowledge, Polarization and Participation in Chile. *Digital Journalism*, 9, 155-175.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1693904>

Valeriani, A., & Vaccari, C. (2018). Political talk on mobile instant messaging services: A comparative analysis of Germany, Italy, and the UK. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1715-1731. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1350730>

Vraga, E. K. (2015). How party affiliation conditions the experience of dissonance and explains polarization and selective exposure. *Social Science Quarterly*, 96(2), 487-502. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12138>

Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New media & society*, 20(5), 1813-1831. <https://doi.org/10.1177/1461444817707349>

Wojcieszak, M., Winter, S., & Yu, X. (2020). Social norms and selectivity: Effects of norms of open-mindedness on content selection and affective polarization. *Mass Communication and Society*, 23(4), 455-483. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1714663>

Wolff, J. (2018). Ecuador after Correa: the struggle over the "citizens' revolution". *Revista de Ciencia Política*, 38(2), 281-302. <https://doi.org/10.4067/s0718-090x2018000200281>

Yoo, S. W., & Gil De Zúñiga, H. (2019). The role of heterogeneous political discussion and partisanship on the effects of incidental news exposure online. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(1), 20-35. <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1561346>

Zhang, X., & Li, W. (2020). From social media with news: Journalists' social media use for sourcing and verification. *Journalism Practice*, 14(10), 1193-1210. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1689372>

Zumárraga-Espinosa, M. (2021). WhatsApp, comunicación móvil y participación política: un estudio cuantitativo en Ecuador. *Contratexto*, (035), 17-42. <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4839>

Zumárraga-Espinosa, M., Egas-Balseca, S., & Reyes-Valenzuela, C. (2021). El uso de las plataformas Facebook, Twitter y Whatsapp como medio de participación política

online en los procesos electorales Ecuador 2021. *Sociología Y Política HOY*, (5), 135-146. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/hoy/article/view/3254>

Zumárraga-Espinosa, M. (2020). Redes sociales y protesta política: Un análisis del rol

moderador del estatus socioeconómico y la pertenencia a grupos políticos. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, (30), 55-77. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a3>

Remitido: 22-07-2023

Corregido: 12-03-2024

Aceptado: 27-03-2024



© Los autores