

Polarización y tecnologías de la información: radicales vs. extremistas*

Polarization and Information Technologies: Radicals vs. Extremists

Manuel Almagro

Departamento de Filosofía I,
Universidad de Granada
malmagro@ugr.es

Neftalí Villanueva

Departamento de Filosofía I,
Universidad de Granada
nef@ugr.es

ISSN 1989-7022

RESUMEN: El funcionamiento de las tecnologías digitales de la información y, más particularmente, las oportunidades para la acción que los dispositivos tecnológicos nos brindan, afectan a nuestros procesos de formación de creencias políticas. En concreto, parece haber una conexión estrecha entre nuestras *affordances* digitales y el aumento de la polarización que amenaza el buen funcionamiento de la democracia. En este trabajo analizamos si el tipo de polarización ligada al uso de las tecnologías digitales, y que pone en peligro la salud de la deliberación pública, tiene que ver con la adopción de creencias cuyos contenidos son cada vez más extremos —extremismo— o, por el contrario, tiene más que ver con el aumento de la confianza en las creencias centrales de nuestra identidad política —radicalización.

ABSTRACT: The way digital information technologies work and, more specifically, the possibilities for action that technological devices offer to us affect our processes of political belief formation. In particular, there seems to be a close connection between our digital affordances and the increase of the sort of polarization that threatens the proper functioning of democracy. In this paper, we analyze whether the type of polarization linked to the use of digital technologies, and which endangers the health of public deliberation, has to do with the adoption of beliefs whose contents are increasingly extreme —extremism— or, on the contrary, has more to do with increasing our credence in the core beliefs of our political identity —radicalism.

PALABRAS CLAVE: Polarización Política, Radicalización, Polarización de Grupo, Affordances Tecnológicas, Cámaras de Eco

KEYWORDS: Political Polarization, Radicalism, Group Polarization, Technological Affordances, Echo Chambers

1. Introducción

La tecnología se ha convertido en una herramienta indispensable para el desarrollo de buena parte de nuestras actividades diarias. A nadie sorprende la afirmación de que nuestro uso de los dispositivos tecnológicos y, más particularmente, las oportunidades para la acción que estos dispositivos nos brindan, juegan un papel relevante en el modo en el que formamos nuestras opiniones y creencias sobre un buen número de cuestiones diferentes, entre las que se encuentran las cuestiones políticas. Aunque esta afirmación no sea sorprendente, quizás sí lo sea un poco más el modo en que el funcionamiento de nuestros dispositivos tecnológicos afecta a la formación de nuestras creencias. Entender el efecto de la tecnología sobre la formación de creencias, en especial los cambios que introducen las nuevas oportunidades para la acción, es una tarea compleja que involucra distintas disciplinas. En este artículo pretendemos contribuir a la comprensión de este fenómeno.

La activista y escritora Zeynep Tufekci cuenta en un artículo reciente (Tufekci 2018) una experiencia que está en línea con el carácter disruptivo de la tecnología al que apuntamos arriba. El relato que ofrece Tufekci puede resultar impactante para quienes no estén familiarizadas con el funcionamiento de los algoritmos que laten en el corazón de

* Este trabajo ha sido parcialmente financiado por el Ministerio de Economía (FFI2016-80088-P, contrato predoctoral FPI BES-2017-079933), el Ministerio de Ciencia (PID2019-109764RB-I00), la Junta de Andalucía (B-HUM-459-UGR18), y el Grupo de Excelencia FiloLab de la Universidad de Granada.



buena parte de las tecnologías contemporáneas. En el peor de los casos, este relato servirá como ejemplo para centrar el foco de lo que queremos discutir en este trabajo. Cuenta Tufekci que, mientras escribía un artículo en plena campaña para las elecciones presidenciales de 2016 en EEUU sobre cómo Donald Trump consigue llegar a sus votantes mediante sus discursos, vio bastantes vídeos en YouTube sobre mítines de Trump e, inesperadamente, se percató de que la propia plataforma comenzó a recomendar y a reproducir automáticamente vídeos sobre supremacía blanca, negacionismo del Holocausto y otras cuestiones perturbadoras. Intrigada, Tufekci creó otra cuenta de YouTube y comenzó a reproducir vídeos de Hillary Clinton y Bernie Sanders con el ánimo de dejarse guiar por las recomendaciones que le brindara el algoritmo y así comprobar si este fenómeno era exclusivo de la derecha o, por el contrario, también afectaba a la reproducción de contenido asociado con la izquierda. Al poco rato, el algoritmo de YouTube comenzó a recomendar vídeos sobre conspiraciones de izquierdas acerca de la implicación del gobierno de los Estados Unidos en el ataque del 11 de septiembre de 2001. YouTube estaba recomendando contenido que era cada vez más extremo, siempre un paso más allá del contenido político reproducido inicialmente (ver Alfano y otros 2020 para un estudio empírico sobre esta cuestión). El mismo patrón aparecía no solo en búsquedas sobre líderes políticos: la reproducción inicial de contenido sobre vegetarianismo, por ejemplo, acababa en la recomendación de videos sobre veganismo.

El modo en que nuestra interacción con la tecnología puede afectar a nuestros procesos de formación de creencias no se reduce a las situaciones en las que estamos expuestos a contenido que encaja con nuestras opiniones iniciales. En un estudio empírico reciente (Bail et al. 2018) se testó el impacto que tiene en nuestras opiniones políticas el exponernos, a través de Twitter, a las opiniones de alguien que simpatiza con una ideología contraria o lejana a la nuestra. Después de varios procesos para seleccionar personas republicanas y demócratas que accedieran a Twitter con asiduidad, se pidió a quienes participaban en el estudio que respondieran a un cuestionario, previo al desarrollo del experimento, donde debían indicar el grado de acuerdo o desacuerdo con ciertas afirmaciones políticas. También se recogió información sobre sus actitudes políticas. Quienes participaron en el estudio debían seguir en Twitter, durante un mes, una cuenta automatizada que retuitearía un total de 24 mensajes al mes. A cambio, las participantes recibirían una compensación económica. Esta es toda la información inicial que tenían quienes accedieron a participar. La cuenta que debían seguir las personas demócratas era una cuenta 'conservadora': retuiteaba mensajes de perfiles con contenido conservador. La cuenta que debían seguir las republicanas era una cuenta 'liberal': retuiteaba mensajes de perfiles con contenido liberal. De esta manera, cada participante estaría expuesto a mensajes afines a una ideología contraria o lejana a la propia. Los participantes recibieron incentivos económicos adicionales por completar encuestas semanales con el objetivo de garantizar que estaban siendo expuestos a los contenidos compartidos por estas cuentas automatizadas. Al final del experimento se pidió a quienes participaron que respondieran a una encuesta final con las mismas preguntas que la encuesta inicial. Los resultados de este experimento mostraron que las personas republicanas que siguieron la cuenta automatizada liberal se volvieron sustancialmente más conservadoras como consecuencia de su exposición a las opiniones opuestas. Las personas demócratas también exhibieron un ligero aumento en sus actitudes liberales tras completar el estudio, aunque este efecto no fue estadísticamente significativo. Ser afín al partido Republicano y estar expuesto a los mensajes de alguien liberal parece volver más extremas las opiniones, con respecto al punto de partida.

El objetivo de este artículo es examinar la influencia que tienen las *affordances digitales* en nuestro modo de procesar la información y generar creencias políticas en relación con dos nociones distintas de polarización. Por ‘*affordances digitales*’ entendemos aquí “las acciones que una tecnología dada facilita o hace posible” (Tufekci 2017, xi). Un ejemplo de *affordance* digital es la capacidad que nos brindan los teléfonos móviles para hablar, desde cualquier sitio, con personas que están en lugares muy alejados del lugar en el que nos encontramos. La capacidad que tenemos para filtrar la información que consumimos, ya sea de manera deliberada o no (Noble 2018), también cuenta como *affordance* digital. En este sentido, las *affordances* digitales son acciones facilitadas por los dispositivos digitales.

Las *affordances* de las nuevas tecnologías exhiben un carácter fuertemente disruptivo: han ampliado enormemente, en un periodo de tiempo muy corto, el rango de posibilidades para la acción que tenemos disponibles. Podemos compartir una cantidad impresionante de información con mucha gente ubicada en lugares diversos del mundo en un período de tiempo realmente breve. Podemos seleccionar de manera deliberada, y entre un catálogo amplísimo, el tipo de información que deseamos consumir. Nuestra experiencia en el uso de las nuevas tecnologías, además, está fuertemente personalizada: cada vez que navegamos en Internet nos movemos en un entorno informativo basado en nuestra ubicación, nuestros gustos, nuestras búsquedas anteriores, la música que reproducimos, los contenidos que consumimos, etc., y con cada acción nueva que realizamos permitimos perfeccionar el patrón para que nuestra experiencia online se adapte a lo que el algoritmo interpreta que queremos.

Es claro que las oportunidades que nos brindan los nuevos dispositivos digitales para acceder y compartir información tienen un impacto en el modo en que adquirimos y procesamos la información. Sin embargo, la cuestión que deseamos explorar aquí no es una de naturaleza epistemológica. Nuestro análisis no trata de responder cuestiones acerca de cómo afectan las nuevas tecnologías a nuestra comprensión de la información que consumimos o cómo afectan a lo que sabemos ni al modo en que obtenemos conocimiento (Lynch 2016). El objetivo de este artículo es más bien examinar la interacción que hay entre las *affordances* digitales y la polarización. ¿De qué manera contribuyen las *affordances* digitales al aumento de polarización? ¿Qué podemos aprender del fenómeno mismo de la polarización si analizamos cuidadosamente el modo en que operan los dispositivos digitales actuales?

Nuestra tesis es que, para entender la relación entre polarización y *affordances* tecnológicas, la polarización debe entenderse como *radicalismo* y no como *extremismo*. Es una tesis condicional: si las *affordances* tecnológicas tienen el tipo de efecto disruptivo que parecen tener sobre nuestros mecanismos de formación de creencias, entonces este efecto ha de entenderse en términos de radicalismo. En concreto, en este trabajo defendemos que si prestamos atención al funcionamiento de plataformas online como Facebook, Twitter o Google, a los diseños experimentales utilizados para medir polarización de grupo y a las diferentes teorías, compatibles entre sí, que tratan de explicar por qué se produce polarización de grupo, entonces parece que la polarización tiene mucho más que ver con lo que llamaremos, siguiendo a Sunstein, “radicalismo” que con lo que llamaremos, también siguiendo a Sunstein, “extremismo” (Sunstein 2017, 71-76).

En la sección 2 introducimos el fenómeno de la polarización. En concreto, presentamos la importancia del fenómeno, parte de la evidencia más asentada sobre cómo funciona la polarización, introducimos diferentes nociones de polarización, diferentes modos de medir el nivel

de polarización de una sociedad y distintos diagnósticos posibles sobre la situación política actual. En la sección 3 ofrecemos dos condiciones que una noción adecuada de polarización debe satisfacer. Estas dos condiciones son derivadas de aquello que necesitamos que una noción de polarización nos permita explicar y de la discusión de parte relevante de la evidencia empírica acerca de la dinámica del fenómeno de la polarización. En esta sección no discutiremos la adecuación de todas las nociones de polarización; nos centramos en las de radicalismo y extremismo. En la sección 4 nos ocuparemos de analizar la relación que hay entre las *affordances* digitales y el aumento de polarización, prestando especial atención a si el modo en que las *affordances* digitales contribuyen al aumento de la polarización es explicable en términos de radicalismo o en términos de extremismo. Finalmente, extraemos algunas conclusiones a favor de la tesis de que la polarización como radicalización está mejor posicionada que la noción de extremismo a la hora de satisfacer las dos condiciones que proponemos.

2. Acuerdos y desacuerdos acerca de la polarización

El fenómeno de la polarización recibe en la actualidad una atención extraordinaria no solo desde las ciencias políticas y la psicología social sino también, y cada vez más, de disciplinas como la filosofía (Bordonaba 2019; Kelly 2008; Lynch 2019; Osorio & Villanueva 2019; Talisse 2019; Tanesini & Lynch 2020). El número de recursos que aparecen en el Google Ngram Viewer asociados a la expresión ‘political polarization’ ha crecido enormemente desde el año 2010 (Google Ngram 2020), lo que nos permite hacernos una idea del espectacular aumento del interés que suscita la noción.

En la década de los cincuenta, el Comité de Partidos Políticos de la Asociación Americana de Ciencias Políticas (APSA) emitió un informe en el que se abogaba por un sistema político bipartidista más polarizado que facilitara a la población su elección de voto y en el que resultara más sencillo identificar las razones a favor de por qué votar a un grupo político y no a otro (ver Klein 2020). “A menos que los partidos se identifiquen con los programas, el público es incapaz de hacer una elección inteligente entre ellos” (“Part I. The Need for Greater Party Responsibility,” 1950, nuestra traducción). A pesar de que en ocasiones como esta la polarización política no se haya considerado un problema para un sistema democrático, en la actualidad se asume que la polarización conlleva una serie de riesgos para el desarrollo normal de las democracias contemporáneas.

La afirmación de que buena parte de las sociedades democráticas contemporáneas presentan altos niveles de polarización parece haberse convertido de hecho en poco menos que una obviedad. Casi cualquier contribución al debate público actual sobre la salud de la deliberación en nuestras sociedades asume no solo que estamos polarizados, sino que los niveles de polarización que exhiben muchos países democráticos contemporáneos son más altos que nunca. Estas asunciones emergen en gran medida de la constatación de diversas dificultades a las que se enfrentan estas democracias, habitualmente asociadas con el incremento de la polarización.

Uno de los males a los que se enfrentan las democracias contemporáneas es el aumento de la desconfianza en las instituciones públicas y en el gobierno, al menos por parte de un sector amplio de la población, que se traduce en el estancamiento del desarrollo adecuado de las

políticas públicas. Hetherington y Rudolph conciben la confianza política como un sentimiento de la población hacia el gobierno, resultado de una función que tiene como argumentos la percepción de la gestión del gobierno y las expectativas acerca de cómo debería funcionar el gobierno (Hetherington & Rudolph 2015, 35). En este sentido, la baja confianza de una parte de la población hacia las instituciones públicas es un indicio de que esa parte de la población percibe la gestión del gobierno negativamente. Cuando esto ocurre, esa parte de la población tiende a expresar con mayor frecuencia actitudes y evaluaciones negativas no solo hacia el gobierno sino también hacia las personas que no tienen la misma percepción acerca de la gestión del gobierno. Cuando la confianza política está dividida, parece mucho más complicado construir consenso y mantener un entorno de deliberación saludable: nos volvemos mucho menos propensos a buscar soluciones y a considerar diferentes perspectivas sobre cuestiones que se han vuelto controvertidas (Valentino et al. 2009). Así, la polarización, al menos cuando involucra desconfianza hacia las instituciones públicas por una parte amplia de la población, dificulta la coordinación y la cooperación, corroe el buen funcionamiento de las instituciones democráticas, disminuye la tolerancia hacia ciertos temas y ciertos grupos y exacerba la discriminación y la violencia.

Las consecuencias de la alta polarización para las identidades minoritarias desfavorecidas y para la población forzada al desplazamiento son devastadoras y suponen uno de los mayores retos a los que se enfrentan las sociedades occidentales contemporáneas (Johnston et al. 2015; Mounk 2018, 166). El aumento de la división en una sociedad incrementa los sentimientos ligados a la identidad nacional, generando con ello un aumento de la exclusión y marginación a la que se enfrentan ciertos grupos socialmente perseguidos y estigmatizados (Wojcieszak & Garrett 2018). En palabras de Carothers y O'Donohue, cuyo libro analiza el estado de polarización de varias democracias contemporáneas y no solo se centra en Estados Unidos—a diferencia de la mayor parte de la literatura especializada—¹, la polarización

debilita sistemáticamente el respeto por las normas democráticas, corroe los procesos legislativos básicos, socava la estructura no partidista del poder judicial y alimenta el desafecto público hacia los partidos políticos. Agrava la intolerancia y la discriminación, disminuye la confianza de la sociedad y aumenta la violencia en toda la sociedad. Además, se refuerza y se consolida, arrastrando a los países a una espiral decadente de ira y división para la que no hay remedios fáciles (Carothers & O'Donohue 2019, 1-2, nuestra traducción).

Como los autores señalan, para estos males asociados con la polarización no hay remedios fáciles, y esta constatación va acompañada del temor a que estos efectos perniciosos sobre el funcionamiento de las democracias contemporáneas acabe siendo irreversible (Levitsky & Ziblatt 2018, 18). Este temor está sustentado en parte por la especial dificultad que exhiben los contextos altamente polarizados a la hora de tratar de disminuir el nivel de polarización (Sunstein 2017, 89-92; Levendusky 2018). Cuando una población está polarizada, reducir la división y la crispación que conlleva es realmente complicado. En este sentido, resulta crucial disponer de mecanismos que permitan detectar el aumento de polarización de manera temprana. Para ello, es indispensable contar con una comprensión lo más precisa posible del fenómeno de la polarización que afecta a las democracias contemporáneas. ¿De qué hablamos exactamente cuando hablamos de polarización?

Existe un gran volumen de literatura empírica que, desde los estudios acerca de asunción de riesgo, han permitido conocer en gran detalle la dinámica de la polarización. En 1961, James

Stoner observó que las decisiones que se tomaban dentro de un grupo, como resultado de la deliberación, eran más arriesgadas que el promedio de las decisiones iniciales de las personas integrantes del grupo. Esta tendencia a adoptar decisiones más arriesgadas recibió el nombre de ‘asunción de riesgo’. Posteriormente, este patrón se encontró no solo en situaciones de toma de decisiones sino en situaciones de deliberación más generales y recibió el nombre de ‘polarización de grupo’. La polarización de grupo es la noción de polarización con mejor pedigrí: es el fenómeno más estudiado y la noción más destacable en los debates sobre el extremismo político y la polarización (Aikin & Talisse 2020; Breton & Dalmazzone 2002; Sunstein 2002, 2009, 2017; Talisse 2019). La dinámica de la polarización tiene que ver con la tendencia de las personas de un grupo a adoptar posiciones y opiniones más extremas que las iniciales tras discutir con personas de ideas afines (véase Brown 1986, 203-226).

Las teorías más aceptadas sobre por qué tendemos a adoptar posiciones más extremas como resultado de la deliberación con personas de ideas afines a las nuestras son *la teoría de la comparación social*, *la teoría de los argumentos persuasivos*, *la teoría de la identidad social* y *la teoría de la corroboración*. Estas cuatro aproximaciones son compatibles entre sí y están respaldadas ampliamente por la evidencia empírica (véase Isenberg 1986). En este sentido, todas deben considerarse como apuntando a mecanismos diferentes que desempeñan un papel relevante en la polarización. La teoría de la comparación social (Festinger 1954) mantiene que la gente desea ser socialmente aceptada y percibida favorablemente por las personas del propio grupo, y es por esto por lo que tendemos a adoptar posiciones más extremas que las iniciales. La teoría de los argumentos persuasivos (Burnstein & Vinokur 1977) enfatiza el papel que juegan los argumentos en un proceso deliberativo. La idea clave de esta teoría es que, en una discusión, cada persona está casi siempre expuesta a nueva información en la dirección de su posición inicial. Así, el aspecto central de esta teoría es que cuando discutimos sobre algún tema en un grupo de personas con ideas afines, nos exponemos a un conjunto limitado y sesgado de argumentos que refuerzan la posición inicial (Sunstein 2017, 73). La tercera teoría es la de la identidad social (Mackie 1986; Tajfel 1970; Tajfel & Turner 1979; Turner 1982). Según esta aproximación, nuestro deseo de preservar nuestra identidad de grupo nos lleva a minimizar las diferencias intragrupalas. La teoría de la corroboración, finalmente, mantiene que existe un vínculo estrecho entre la confianza que uno tiene en sus opiniones y la corroboración por parte de otras personas. La idea es bastante simple e intuitiva: cuanta más gente está de acuerdo con mi opinión, más confianza tengo en ella.

Es importante señalar que la polarización no depende exclusivamente de que un grupo sea relativamente homogéneo; la polarización ocurre a pesar de que los grupos sean heterogéneos (Sunstein 2017, 48-57). Como hemos visto en el experimento llevado a cabo por Bail y otras académicas, una persona puede polarizarse incluso cuando se expone a las opiniones de personas con ideas contrarias o lejanas a las de esa persona (Bail et al. 2018). En primer lugar, independientemente de la variedad que pueda encontrarse en un grupo identitario, uno puede polarizarse en la medida en que tenga la capacidad de filtrar la información que consume (Sunstein 2017, 59-97). El aumento del tamaño y densidad del conjunto de argumentos al que uno está expuesto incrementa la polarización. Cuando estamos expuestos a un conjunto de argumentos limitado y sesgado en el que los argumentos se repiten con frecuencia uno tiende a polarizarse, como defiende la teoría de los argumentos persuasivos. En segundo lugar, podemos polarizarnos cuando nos exponemos a los argumentos de quienes no piensan como nosotros entre otras cosas porque al reaccionar ante la información “del otro bando”,

reforzamos algunos de los argumentos que ya poseíamos para justificar nuestra posición, e incluso podemos añadir nuevos argumentos al conjunto de argumentos que sostiene las creencias centrales de nuestra identidad política activa en ese momento.

Todo lo expuesto anteriormente podría sugerir la idea de que existe un consenso generalizado y estable acerca de qué hablamos cuando hablamos de polarización. Nada más lejos de la realidad. El término ‘polarización’ se utiliza habitualmente como un término amplio para referir a los problemas a los que, en general, se enfrentan muchas sociedades democráticas contemporáneas en todo el mundo. Lamentablemente, la palabra suele abarcar una amplia variedad de significados, y esto contribuye a la confusión sobre el fenómeno de la polarización política en sí mismo (Bramson et al. 2017; Mason 2013, 2015, 2018). A veces se utiliza el término para hablar de la *extensión* a la que se aplica el término: la élite política o la población en general; el *modo sincrónico* o *diacrónico* en el que se concibe: el estado en el que se encuentra una sociedad o el proceso que experimenta; el *objeto* al que se aplica: las opiniones particulares, el conjunto de opiniones o ideología, la intención de voto, el voto efectivo en cámaras de representación, etc.; el *peso* relativo a las partes que constituyen su extensión: la simetría o asimetría en el modo en que al menos dos grupos están polarizados; o el *carácter intragrupal* o *intergrupala* de la polarización: lo que ocurre dentro de un solo grupo o lo que ocurre entre al menos dos grupos distintos.

Además, el término ‘polarización’ se utiliza para referir a diferentes tipos de polarización, con poca estabilidad en el uso de las etiquetas. A veces se utilizan diferentes etiquetas para hablar de un mismo fenómeno. Por ejemplo, las etiquetas “polarización política” (Sartori 1976), “polarización de posición temática” (Mason 2013, 2015), “división basada en políticas” (Iyengar et al. 2012) “preferencias políticas” (Fiorina & Abrams 2008), “polarización de opinión” (DiMaggio et al. 1996) e “ideología autodeclarada o autodescrita” (Gentzkow 2016) se utilizan a veces para hablar aproximadamente de un mismo tipo de polarización, comúnmente conocido como *polarización ideológica*. En otras ocasiones se utiliza la misma etiqueta para hablar de fenómenos diferentes. A veces con la misma etiqueta utilizada para hablar de polarización ideológica, por ejemplo la de ‘polarización política’, se habla también del aumento de alineamiento u homogeneización ocurrida en el interior de alguna identidad política, fenómeno comúnmente denominado *sorting* o *party sorting* dependiendo de si se utiliza para referir a la homogeneización de las propuestas que ofrece un partido político, a la creciente convergencia de ciertas opiniones dentro de una identidad política, o a la convergencia de ciertas identidades dentro de una misma identidad política generando así *megaidentities* (Mason 2018). En otras ocasiones, con la misma etiqueta se habla del aumento de las actitudes afectivas que las personas integrantes de un grupo tienen hacia las personas de otro grupo o hacia sí mismas, fenómeno ampliamente conocido como *polarización afectiva*. Sin embargo, tampoco aquí está siempre claro de qué se habla cuando se habla de este tipo de polarización (Druckman & Levendusky 2019; Hartevelt & Wagner manuscrito; Iyengar et al. 2019). Toda esta confusión conceptual ha sido parcialmente responsable de largos debates sobre si una determinada sociedad está polarizada o no.²

Tenemos aquí al menos tres tipos de polarización distintos. Por un lado, la polarización ideológica, que se centra en las creencias políticas de la población. Es lo que la gente cree, los contenidos de sus creencias y, en concreto, en el modo en el que estos contenidos se representan en un espectro ideológico, lo que determina el nivel de polarización ideológica en esa

población. Pueden distinguirse hasta nueve sentidos diferentes de polarización ideológica (Bramson et al. 2017). La polarización afectiva, por otro lado, se centra en las actitudes *conativas*, del estilo de los deseos, y no tanto en las actitudes *cognitivas*, del estilo de las creencias. Es lo que la gente siente, la animadversión hacia las personas de otros grupos y la simpatía hacia las personas del propio grupo, o la disposición a exhibir estas y otras actitudes relacionadas hacia determinadas cuestiones, lo que determina el nivel de polarización afectiva. Finalmente, la polarización de alineamiento se centra en el grado de diversidad que hay dentro de un grupo, ya sea en términos de actitudes cognitivas, actitudes conativas, o identidades. Cuanto más homogéneo sea un grupo, o cuanto más homogéneos sean dos grupos de manera interna, mayor es la polarización entre ellos en este sentido (Fiorina 2017; Mason 2018).

Tenemos también distintas formas de medir la polarización. La forma clásica de medir la polarización es mediante la utilización de cuestionarios de autoinforme. En estos cuestionarios se pide a quienes participan que respondan de manera directa a preguntas sobre sus creencias. En concreto, se les pide que respondan preguntas del tipo “¿Qué piensas sobre el aborto?” a través de la elección de una opción entre un rango de opciones disponibles como, por ejemplo, las siguientes: a) Creo que el aborto debería ser ilegal. b) Creo que el aborto debería ser ilegal pero con excepciones. c) Creo que el aborto debería ser legal pero con restricciones. d) Creo que el aborto debería ser legal. Mediante la respuesta a este tipo de preguntas quienes participan, supuestamente, informan sobre sus propias creencias ideológicas. Estas preguntas directas de autoinforme pueden ser también sobre sentimientos y no sobre creencias. Así, la herramienta conocida como ‘termómetro de sentimientos’, por ejemplo, pregunta por cómo te sientes con respecto a una determinada cuestión política o a una determinada persona, y quienes responden utilizan una escala que suele ir del 0 al 100, donde ‘0’ indica sentimientos fríos o de desaprobación y ‘100’ indica sentimientos cálidos o de aprobación. En este caso, quienes participan, supuestamente, informan acerca de sus propios sentimientos.

Además de los cuestionarios de autoinforme, también se utilizan herramientas algo menos directas. Por ejemplo, en ocasiones se pide a quienes participan que piensen en las personas que simpatizan con un determinado grupo político y que evalúen a estas personas seleccionando algunas expresiones de un conjunto determinado. Este conjunto comprende expresiones positivas y negativas, como ‘inteligentes’, ‘egoístas’, ‘traidoras de la libertad’, ‘ignorantes’, etc. En otras ocasiones se utilizan cuestionarios con preguntas aún más indirectas sobre los sentimientos que disparan determinadas situaciones, como por ejemplo la pregunta “¿Cómo te sentirías si tuvieras un hijo o una hija que se casara con una persona republicana/demócrata (conservadora/liberal)?”. Otra herramienta mide el tiempo de reacción empleado para asociar a las personas del propio grupo y de otros grupos con expresiones positivas y negativas. Es decir, se compara el tiempo empleado para emparejar, por ejemplo, [demócratas, bueno] con el tiempo empleado para emparejar [republicanos, bueno] y lo mismo con [demócratas, malo] y [republicanos, malo] (Iyengar & Westwood 2015, 692). Este tipo de medida implícita es más difícil de manipular, pero sus resultados suelen ser más fiables que los obtenidos a través de métodos más explícitos (Iyengar et al. 2018; Iyengar & Westwood 2015). Otra medida implícita o indirecta consiste en analizar el comportamiento de quienes participan en juegos de economía experimental y teoría de juegos, como por ejemplo el juego de la confianza y el juego del dictador. En particular, se analiza si los participantes están dispuestos a dotar o retener recompensas económicas con respecto a otros jugadores en función de si estos últimos se identifican con el propio grupo o con un grupo diferente (Iyengar et al. 2018; Iyengar & Westwood 2015).

Dependiendo de las herramientas utilizadas para medir la polarización, una misma población en un mismo momento de tiempo puede estar y no estar polarizada. En este sentido, parece que determinadas herramientas miden diferentes tipos de polarización. Dos grupos de población podrían decir que tienen creencias políticas ubicadas en lugares extremos del espectro ideológico y no expresar actitudes de animadversión hacia las personas del otro grupo. También podrían expresar actitudes de animadversión hacia personas cuyas creencias políticas están ubicadas muy cerca en el espectro ideológico. Incluso no es descabellado pensar que las creencias y los sentimientos que un grupo dice tener de manera explícita y directa no sean en realidad las creencias y sentimientos que ese grupo tiene, y esto no porque estén siendo insinceras al responder, sino porque cómo se sienten *de verdad*, lo que determina lo que están dispuestas a hacer, es algo que puede no resultarles completamente transparente. El diagnóstico político ofrecido habitualmente depende en gran medida de en qué cuestiones, entre las mencionadas para medir la polarización, se ponga el foco.

3. Condiciones de adecuación y polarización como radicalización

Para tratar de disolver las confusiones a las que invita el estado de la discusión acerca de la noción de polarización descrito en la sección anterior pueden seguirse al menos dos estrategias complementarias. La primera es tratar de desenmarañar los diferentes fenómenos que a menudo se denominan 'polarización'. De acuerdo con esta primera estrategia, la tarea principal sería delimitar conceptualmente los diferentes aspectos, fenómenos y cuestiones relacionadas con el tema de la polarización política, en concreto con los diferentes usos del término 'polarización'. La segunda estrategia consiste en establecer un conjunto de criterios que debe satisfacer la noción de polarización y descartar los fenómenos que, aunque a veces se denominan así, no cumplen con los requisitos que cabría imponérselo a la noción. La principal tarea de esta segunda estrategia sería evaluar los diferentes aspectos, fenómenos y evidencia relacionada con la polarización, a fin de proporcionar los requisitos que debe cumplir la noción.

En este trabajo pretendemos hacer una modesta contribución a la segunda estrategia. Es parte de la tradición distinguir entre condiciones de adecuación internas y externas de las teorías. Las internas tienen que ver con la estructura de la teoría, su consistencia, elegancia, simplicidad, operatividad, etc. Las condiciones externas de adecuación de una teoría refieren a la capacidad de la teoría para cumplir con sus objetivos explicativos y predictivos sin incurrir en contradicciones flagrantes con los resultados de otras teorías bien establecidas. Si el efecto de las *affordances* tecnológicas sobre la comunicación y la polarización puede comenzar a modelarse, tendrá que hacerse con cuerpos teóricos que cumplan con una serie de condiciones internas mínimas de adecuación pero, sobre todo, habrá de hacerse en continuidad con lo que ya sabemos de la polarización y teniendo en cuenta lo que queremos explicar.

En primer lugar, queremos usar una noción de polarización que permita explicar por qué la polarización supone un problema para el desarrollo normal de las democracias contemporáneas, en la línea de lo expuesto más arriba. En concreto, una noción de polarización adecuada debe permitirnos explicar por qué cuando aumenta la polarización se vuelven más difíciles la coordinación y la cooperación, se obstaculiza el buen funcionamiento de las instituciones democráticas, disminuye la tolerancia hacia ciertos temas y ciertos grupos, y crece la discrimi-

nación y la violencia. Queremos, en segundo lugar, que la noción de polarización que usemos esté en continuidad con nuestra mejor evidencia empírica acerca de la dinámica del fenómeno. Como hemos visto, estar expuestos mayoritariamente a discutir con personas con ideas afines a las nuestras y a consumir información que no contradice nuestras opiniones previas fomenta la polarización. Pero no solo esto. En determinadas situaciones, especialmente cuando nuestra interlocutora es percibida como radicalmente diferente a nosotros, exponerse a las opiniones opuestas también puede contribuir a que nos polaricemos (Bail et al. 2018; Wallace 2016; Yardi & Boyd 2010).

¿Qué noción de polarización está mejor posicionada para satisfacer estos desiderata externos, para responder a las demandas explicativas y hacerlo además en continuidad con la evidencia de la que disponemos? Ofrecer un análisis pormenorizado de todas las nociones distintas de polarización es una tarea que excede los propósitos de este trabajo. Nuestro objetivo aquí se reduce a la discusión de dos formas particulares de concebir la polarización: como *extremismo* y como *radicalización*. En concreto, como ya anunciamos al principio, nos centramos en explorar la relación que hay entre *affordances* digitales y polarización para evaluar estas condiciones externas de adecuación que debe satisfacer una noción de polarización. Como paso previo, deben introducirse las dos formas de concebir la polarización que discutiremos. ¿En qué consiste la *ruptura* de la distribución normal de opiniones que caracteriza a la polarización política?

La primera de estas dos nociones es la de *extremismo*. Esta noción concibe la ruptura que caracteriza a la polarización en términos de lo que aquí llamaremos *el modelo YouTube*. El modelo YouTube tiene que ver con la adopción de contenidos que son progresivamente más extremos que los contenidos iniciales. Su nombre hace honor al modo en que opera el algoritmo de la plataforma YouTube. Como vimos en el primer ejemplo de la primera sección, si uno reproduce vídeos sobre mítines de Trump en YouTube, la plataforma misma te acaba recomendado videos con contenidos cada vez más extremos en la línea ideológica inicial, por ejemplo vídeos con contenido negacionista del cambio climático o del Holocausto. Si uno entra buscando información sobre recetas vegetarianas quizás, después de un número suficiente de horas atrapado en el algoritmo de la plataforma, uno salga siendo vegano. En este sentido, polarizarse consiste en adoptar creencias cuyos contenidos son más extremos que los contenidos iniciales, contenidos que están un paso más allá en la misma línea que adoptamos inicialmente.

La segunda noción es la de *radicalización*. Esta noción concibe la ruptura que caracteriza a la polarización en términos de lo que aquí llamaremos *el modelo Spotify*. A diferencia del modelo YouTube, el modelo Spotify no se caracteriza por empujarte a adoptar contenidos cada vez más extremos en la línea de los contenidos de tus creencias iniciales, sino a consumir más de aquello que ya te gusta mucho. Su nombre hace honor al modo en que opera el algoritmo de la plataforma Spotify. Si por ejemplo comienzas escuchando "Insane in the Brain" de Cypress Hill del 92, el algoritmo te recomendará quizás "It Was a Good Day" de Ice Cube o "Deep Cover" de Snoop Dogg, ambas del mismo año, y quizás también "C.R.E.A.M." de Wu-Tang Clan, del 94. En general el algoritmo de Spotify te recomendará sin parar rap estadounidense clásico, principalmente de la década de los noventa. El algoritmo no te va a recomendar "Clout Cobain" de Denzel Curry del 2018, ni va a tratar de que acabes siendo fanático del subgénero *rap rock* o del *trap*; el algoritmo está contento con que sigas siendo un vieja escuela amante

del rap clásico. En este sentido, polarizarse no tiene que ver con adoptar creencias con contenidos más extremos que los iniciales, sino con aumentar el nivel de confianza que uno tiene en las creencias que ya tenía. Después de estar 10 horas seguidas escuchando rap clásico estadounidense de los 90 no cambiarás tus opiniones ni tus gustos sobre la música rap, simplemente te gustará más el tipo de música que ya te gustaba.

Examinemos brevemente la compatibilidad entre la noción de extremismo y la primera de las dos condiciones propuestas. ¿Por qué podría ser problemático para el funcionamiento adecuado de la democracia adoptar creencias con contenidos cada vez más extremos en relación con su ubicación en el espectro ideológico? Una respuesta, quizás intuitiva, sería decir que en la medida en que dos grupos de opinión se sitúan en los extremos de una distribución, estos grupos tienen menos en común y, por lo tanto, será más complicado que esos dos grupos alcancen acuerdos y se coordinen. Esta respuesta está sustentada por la asunción de que el desacuerdo supone una dificultad para la coordinación. Algunos autores apoyan esta asunción argumentando que el acuerdo en los estándares en los que nos apoyamos para hacer nuestras evaluaciones es esencial para la coordinación (Egan 2010, 260; Marques & Carpintero 2014; Plunkett 2015; Sundell 2016). Sin embargo, esto es discutible. Tener creencias con contenidos alejados entre sí en una distribución no necesariamente es suficiente para promover el tipo de conflicto que aquí debería preocuparnos, ni es necesariamente beneficioso para la democracia que buena parte de la población tenga opiniones similares. De hecho, si atendemos a la evidencia revisada en la sección anterior parece más bien que, mayoritariamente, ocurre lo contrario.

Como señalan Aikin & Talisse, “el desacuerdo político entre iguales es fundamental para la democracia” (Aikin & Talisse 2020, 2). Pensar que el desacuerdo es un obstáculo para la democracia es abrazar tácitamente una concepción contradictoria de la democracia: “Democracia sin desacuerdo. Eso no es democracia en absoluto” (Aikin & Talisse 2020, 40). En la medida en que las partes involucradas en un desacuerdo no ataquen, ni de forma explícita ni de manera velada, los principios básicos de cualquier democracia (Stanley 2015; Torices 2019), el extremismo de los contenidos de las creencias no parece el mejor candidato para explicar el carácter perjudicial de la polarización política: cuanto más alejados estén los puntos de vista extremos en una sociedad, más diversidad de opiniones habrá en esa sociedad. Hay quienes sostienen que precisamente el desacuerdo es una fuente fundamental de aprendizaje y coordinación (Bordonaba 2017; Hume 1826). Exponernos a las razones de otros y juzgar conjuntamente, en ciertas circunstancias, es lo que nos permite construir una forma de vida común (Carmona & Villanueva, manuscrito). Exponerte a las razones de tus amigos con diferentes gustos musicales en una discusión sobre si una determinada canción es mejor que otra puede, por ejemplo, hacer que aprendas a apreciar aspectos que antes pasaban desapercibidos para ti. Y lo mismo ocurre con el resto de cuestiones, al menos cuando la exposición a otras opiniones se hace bajo ciertas condiciones. En este sentido, no parece que la lejanía entre los contenidos de las creencias de dos grupos sea en sí misma necesariamente perjudicial para el buen funcionamiento de la democracia.

La noción de radicalización, por el contrario, parece estar libre de esta objeción. La polarización entendida como radicalización no explica el carácter perjudicial del fenómeno en términos de la distancia entre los contenidos creídos por dos grupos. Según esta noción, el carácter perjudicial de la polarización estaría ligado más bien a la adopción de un nivel muy

alto de confianza en una o varias creencias previas. Cuando uno se radicaliza es cuando llega a adoptar un nivel de confianza tal en las creencias que definen a su grupo, en un momento determinado, que resulta racional ignorar las razones de los demás. Si estoy completamente seguro de que aquello que caracteriza a quienes nos agrupamos políticamente es verdad, no tiene sentido que preste atención a la supuesta evidencia de quienes piensan lo contrario, como no tiene sentido pasar horas viendo vídeos de defensores del terraplanismo en YouTube. Se puede, en este sentido, ser un radical sin ser un extremista, si las creencias a las que uno se aferra con determinación están en el centro del espectro político, y también ser un extremista no radical, si el tipo de cambios sociales que crees que son necesarios te sitúan en el límite del espectro político pero cultivas la virtud de atender a las razones de los otros y de poner en duda tus creencias.

¿Es compatible entonces la noción de radicalización con las condiciones de adecuación propuestas? Antes de responder a esta cuestión es importante que analicemos con algo más de detalle el modo en que las *affordances* digitales contribuyen al aumento de la polarización. La noción de extremismo no ha quedado aún completamente desarticulada; el argumento esgrimido arriba simplemente sugiere que no es compatible con los desiderata propuestos, principalmente porque tiene dificultades para dar cuenta del carácter pernicioso de la polarización. Hace falta un examen más cuidadoso acerca de lo que sabemos con respecto a la dinámica de la polarización para poder decantarnos por una u otra noción.

4. Affordances digitales y polarización

Nuestra vida diaria está fuertemente atravesada por el uso de las tecnologías digitales inteligentes. Solo con el uso de nuestro teléfono móvil podemos localizar, en cuestión de segundos, el restaurante que sirve nuestra comida favorita con la mejor valoración cerca de nuestra ubicación, enviar su localización a un familiar y dirigirnos hacia el local mientras escuchamos la última canción de Kanye West, lanzada apenas unas horas antes, y la comentamos con personas de todo el mundo. Con nuestro teléfono podemos registrar la distancia y el tiempo que hacemos cuando salimos a correr, la cantidad de pasos que hacemos diariamente, las actividades que tenemos pendientes para este mes. Podemos acceder a información, casi en tiempo real, sobre lo que sucede en casi cualquier parte del mundo y compartirla al instante a través de nuestras redes sociales, a través de medios que aprenden de nuestras costumbres y adaptan la interacción a nuestros usos. Nuestro rango de posibilidades disponibles diarias ha crecido exponencialmente desde la aparición de estas tecnologías. Hay al menos tres fenómenos bien establecidos que han surgido como consecuencia de nuestras nuevas *affordances* tecnológicas y que queremos discutir aquí. Estos fenómenos son las *cámaras de eco*, las *burujas epistémicas* y las *burujas de filtro*.

Las *cámaras de eco* son espacios que tienen el poder de magnificar los mensajes compartidos en su interior y de protegerlos de ser refutados, generando un bucle de retroalimentación para quienes están expuestos a los mensajes que tienen lugar en ese espacio (Jamieson & Capella 2010, 76; ver también Bordonaba 2020, 305; Sunstein 2017, 57). En una cámara de eco, la posibilidad de exponerse a ideas contrarias a las de uno es extremadamente limitada. Como resultado, estos espacios refuerzan la confianza que las personas que se encuentran en ellas tienen en sus propias creencias. Por ejemplo, un canal de televisión, un grupo de

WhatsApp, un canal de Telegram o una cuenta de Twitter, pueden funcionar como cámaras de eco en la medida en que amplifiquen solo ciertas opiniones. En las cámaras de eco, una persona está expuesta, al menos mayoritariamente, a las opiniones de personas afines.

Según Ngyue, las cámaras de eco no solo excluyen ciertas fuentes de información, sino que producen además el descrédito activo que se lleva a cabo de las voces disidentes (Nguyen 2020, 2). Ngyue hace hincapié en esta característica para diferenciar las cámaras de eco de las *burbujas epistémicas*, fenómenos que a menudo se confunden. Las burbujas epistémicas, como las cámaras de eco, son estructuras sociales que subvierten el flujo de información al excluir ciertas ideas. Sin embargo, a diferencia de las cámaras de eco, en las burbujas epistémicas las voces disidentes no son excluidas de manera activa, sino simplemente por omisión (Nguyen 2020). La omisión puede ser deliberada, por ejemplo bloqueando a través de Twitter a quienes tengan opiniones contrarias, pero también puede ser involuntaria, por ejemplo porque nuestras amistades en Facebook solo compartan información que encaja con nuestra opinión y no seamos conscientes de ello. Ambos fenómenos, las cámaras de eco y las burbujas epistémicas, que en cierto sentido funcionan como un sesgo de confirmación, refuerzan las opiniones preexistentes porque afectan a la densidad y al tamaño del conjunto de argumentos a los que se expone la gente y, en este sentido, promueven la polarización (véase Sunstein 2017; Barberá et al. 2015; Vicario et al. 2016).

Dados los motores de predicción de Internet, basados fundamentalmente en nuestro comportamiento individual online, cuando accedemos a internet cada uno de nosotros está expuesto a la información de una manera personalizada y, como resultado, está en un 'universo' particular (Parisier 2011). Tu ubicación, las cosas que te gustan, buscas, escuchas y ves a través de varias plataformas están constantemente refinando tu 'perfil' para filtrar por ti lo que te gusta (ver Tufekci 2017). Como resultado, cada uno de nosotros está en una *burbuja de filtro*. Las burbujas de filtro son universos de información no deliberadamente personalizados. En cierto sentido, las burbujas de filtro son muy similares a las burbujas epistémicas y las cámaras de eco. Sin embargo, apuntan a un fenómeno ligeramente diferente. Parisier destaca tres características de estas burbujas de filtro. En primer lugar, hay una única persona en cada uno de estos universos. En segundo lugar, las razones específicas en las que se basan los algoritmos para refinar nuestro perfil no son transparentes para nosotros. Tercero, nuestro universo personalizado no es enteramente el resultado de nuestra decisión (Parisier 2011, 11-12).

Hay un mecanismo psicológico ampliamente estudiado empíricamente que es importante discutir aquí en relación con la aparición de los fenómenos anteriores: el *razonamiento motivado*. El razonamiento motivado es un mecanismo psicológico de procesamiento de información. La idea básica es que las personas humanas a menudo somos propensas a procesar información de forma sesgada: nuestra motivación afecta a nuestro razonamiento. En particular, parece que tendemos a producir justificación a favor de nuestra conclusión preferida; exhibimos una tendencia significativa a seleccionar la información que confirma nuestras creencias y a reinterpretar la información que no parece hacerlo (Hetherington & Rudolph 2015, 77-79; Kunda 1990; Taber & Lodge 2006). Así, una creencia motivada o un resultado deseado funciona como un filtro que afecta a nuestra evaluación de la evidencia y de los argumentos con los que nos encontramos. Las pruebas y los argumentos que apoyan nuestras conclusiones deseadas se consideran más concluyentes que aquellos que las contradicen. En este sentido, el razonamiento motivado es una capacidad para seleccionar e interpretar nue-

va información de modo que podamos hacerla compatible con las creencias que están en el centro de nuestra identidad política activa en un momento determinado.

Este mecanismo psicológico junto con las *affordances* tecnológicas contemporáneas explica en gran medida la aparición de cámaras de eco, burbujas epistémicas y burbujas de filtro. Nuestra propensión a filtrar la información para que sea compatible con lo que ya creemos es ahora más sencilla de satisfacer que nunca. Podemos personalizar la información que consumimos de manera controlada. Incluso cuando no lo hacemos de forma deliberada, el modo en el que funcionan buena parte de las plataformas online que frecuentamos hace esta tarea por nosotros y nos ofrece la información que deseamos. Cuando, de pronto, nos encontramos expuestos a información que contradice nuestras creencias, como en el experimento de Bail y otras investigadoras discutido al principio, reaccionamos aumentando el volumen y la densidad del conjunto de argumentos que apoyan nuestra posición, especialmente cuando esa información proviene de personas o fuentes que reconocemos como pertenecientes a “los otros”.

El funcionamiento de estos fenómenos ligados a nuestras *affordances* digitales contribuye al aumento de la polarización facilitando enormemente la deliberación con personas con ideas afines a las nuestras. Como vimos, cuando discutimos con personas que piensan como nosotros, tendemos a adoptar *posiciones más extremas* como resultado de la deliberación. Resta, para concluir, analizar si estas posiciones más extremas lo son en términos de extremismo o en términos de radicalización. Abordamos esta cuestión en la última sección de este trabajo.

5. Conclusión: ¿Radicales o extremistas?

En la tercera sección hemos sugerido que hay al menos un argumento en contra de la capacidad de la noción de polarización como extremismo para dar cuenta del carácter nocivo del aumento de la polarización, y que la noción de polarización como radicalización está libre de esta objeción. El aumento considerable de la confianza en las creencias centrales de nuestra identidad política está estrechamente relacionado con la expresión de buena parte de las actitudes que amenazan el buen funcionamiento de la democracia. Por ello, parece que la noción de radicalización puede satisfacer la primera condición externa. Con respecto a la evidencia de la que disponemos acerca de cómo se incrementa la polarización nos gustaría hacer tres observaciones.

La primera de ellas es que el funcionamiento de los fenómenos que surgen de nuestras *affordances* digitales tienen que ver con filtrar información y consumir principalmente aquella que es compatible con nuestra perspectiva inicial y, en este sentido, parece que encaja más fácilmente con el modelo Spotify que con el modelo YouTube. Podría ser compatible con el segundo modelo en la medida en que la información que refuerza nuestra perspectiva previa nos llevara a adoptar creencias con contenidos más extremos, pero esto no parece seguirse necesariamente. Nótese que la crítica al modelo YouTube tiene que ver esencialmente con entender la polarización en términos de adopción de contenidos más extremos; no negamos que la plataforma YouTube de hecho pueda contribuir al aumento de polarización de alguna manera (ver Alfano y otros 2020).

En segundo lugar, es importante señalar que en los experimentos sobre polarización de grupo, adoptar una “posición más extrema” como resultado de la deliberación con personas con

opiniones afines se traduce en responder indicando un mayor grado de acuerdo o desacuerdo a la misma pregunta a la que se había respondido antes de la deliberación (ver, por ejemplo, Baron et al. 1996). Si, por ejemplo, uno estaba de acuerdo con que el aborto fuera ilegal, después de la deliberación con personas con opiniones similares uno está todavía más de acuerdo con que el aborto sea ilegal. Esto no parece indicar, al menos no siempre, un cambio en los contenidos creídos, sino un incremento en el grado de convicción que uno tiene con respecto a una creencia previa.

En tercer lugar, los cuatro mecanismos involucrados en el fenómeno de la polarización de grupo a los que apuntan las cuatro teorías que explican por qué ocurre este fenómeno parecen favorecer la explicación en términos de radicalización. Mientras que la teoría de la identidad y la teoría de la comparación social parecen ambas compatibles tanto con la noción de extremismo como con la noción de radicalización, la teoría de los argumentos persuasivos y la teoría de la corroboración no parecen apuntar a un cambio en los niveles de extremismo. De acuerdo con estas dos últimas teorías, la polarización de grupo ocurre porque, al discutir con personas de ideas afines a las nuestras, nos exponemos a un conjunto limitado y sesgado de argumentos que refuerza nuestra posición inicial, y porque el acuerdo que resulta de tal deliberación también aumenta nuestra confianza en lo que ya creíamos. Estos dos mecanismos son a los que principalmente parece que apuntan los fenómenos que han surgido como resultado de nuestras *affordances* digitales, discutidos en la sección anterior. Si bien resulta obvio por qué el acuerdo y la exposición a un conjunto limitado de argumentos que favorecen nuestra posición previa aumenta nuestro grado de confianza en lo que ya creíamos, no es en absoluto obvio por qué estas situaciones nos llevarían a creer contenidos más extremos. Los nuevos argumentos y la nueva información que apoyan mi posición, y el acuerdo resultante, refuerzan lo que ya creía, no hace que cambien los contenidos de mis creencias. Así, parece que al menos una parte importante de la mejor evidencia que tenemos disponible con respecto a cómo se produce el aumento de la polarización encaja mucho mejor con la noción de radicalización que con la de extremismo.

Con todo ello, en absoluto queremos negar que exista una tendencia a prestar atención sistemáticamente a contenidos cada vez más extremos. Nuestros hábitos de consumo de información podrían muy bien ser tales, y podría haber estrategias efectivas para capturar nuestra atención basadas en esta tendencia, estrategias que nos ofrecieran contenido progresivamente más extremo. Estas estrategias podrían implementarse, también, a través de la manipulación de *affordances* digitales. Nuestro punto aquí es que es importante distinguir entre un fenómeno y otro, entre la tendencia hacia la radicalización y la tendencia hacia el extremismo. La explicación de ambos fenómenos puede, como hemos visto a lo largo de este trabajo, ser diferente, y las estrategias de intervención para contener los efectos negativos de uno y otro serán también de distinta naturaleza. Confundir un fenómeno con otro nos pone en una posición desde la cual nos resulta difícil interpretar buena parte de la evidencia empírica de la que disponemos y elaborar estrategias efectivas destinadas a atajar los problemas sociales y políticos que asociamos con la polarización. Si el aumento de la polarización está efectivamente ligado al uso de tecnologías disruptivas de la información, entonces la noción de polarización como radicalismo va a jugar un papel central en nuestra explicación.

Referencias

- Aikin, S. F., & Talisse, R. B. (2020). *Political Argument in a Polarized Age: Reason and Democratic Life*. Cambridge, Polity Press.
- Alfano, M., A. Ebrahimi Fard, J. A. Carter, P. Clutton & C. Klein (2020). "Technologically scaffolded atypical cognition: the case of YouTube's recommender system". *Synthese*. <https://doi.org/10.1007/s11229-020-02724-x>
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. B. F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., & Volfovsky, A. (2018). "Exposure to opposing views on social media can increase political polarization". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115 (37), pp. 9216–9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). "Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?". *Psychological Science*, 26 (10), pp. 1531–1542. <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>
- Baron, R. S., Hoppe, S. I., Kao, C. F., Brunzman, B., Linneweh, B., & Rogers, D. (1996). "Social Corroboration and Opinion Extremity". *Journal of Experimental Social Psychology*, 32 (6), pp. 537–560. <https://doi.org/10.1006/jesp.1996.0024>
- Bordonaba, D. (2020). "Los Peligros de Las Cámaras Eco. Nota Crítica de #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media". *Endoxa*, 45, pp. 249-260. <https://doi.org/10.5944/endoxa.45.2020.22850>
- Bordonaba, D. (2017). *Operadores de orden superior y predicados de gusto: Una aproximación expresivista*. Tesis doctoral. Universidad de Granada. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/48131>
- Boxel, L., Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2020). Cross-Country Trends in Affective Polarization. *National Bureau of Economic Research*, Working Paper 26669 <http://www.nber.org/papers/w26669>.
- Bramson, A., Grim, P., Singer, D. J., Berger, W. J., Sack, G., Fisher, S., Flocken, C., & Holman, B. (2017). "Understanding Polarization: Meanings, Measures, and Model Evaluation". *Philosophy of Science*, 84 (1), pp. 115–159. <https://doi.org/10.1086/688938>
- Breton, A., & Dalmazzone, S. (2002). *Information Control, Loss of Autonomy, and the Emergence of Political Extremism*. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511550478.004>
- Brown, R. (1986). *Social Psychology, the Second Edition*. Simon and Schuster: New York.
- Burnstein, E., & Vinokur, A. (1977). "Persuasive argumentation and social comparison as determinants of attitude polarization". *Journal of Experimental Social Psychology*, 13 (4), pp. 315–332. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(77\)90002-6](https://doi.org/10.1016/0022-1031(77)90002-6)
- Carmona, C & Villanueva, N. (manuscrito). Situated judgments as a new model for intercultural communication.
- Carothers, T., & O'Donohue, A. (Eds.). (2019). *Democracies Divided: The Global Challenge of Political Polarization*. Brookings Institution Press. <https://www.jstor.org/stable/10.7864/j.ctvbd8j2p>
- DiMaggio, P., Evans, J., & Bryson, B. (1996). "Have Americans' social attitudes become more polarized?". *American Journal of Sociology*, 102 (3), pp. 690–755. <https://doi.org/10.1086/230995>
- Druckman, J. N., & Levendusky, M. S. (2019). "What Do We Measure When We Measure Affective Polarization?". *Public Opinion Quarterly*, 83 (1), pp. 114–122. <https://doi.org/10.1093/poq/nfz003>
- Egan, A. (2010). "Disputing about Taste", en R. Feldman, & T. A. Warfield (Eds.), *Disagreement*. Oxford University Press: Oxford, pp. 247-286 <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199226078.003.0011>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes: *Human Relations*. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fiorina, M. P., & Abrams, S. J. (2008). "Political Polarization in the American Public". *Annual Review of Political Science*, 11 (1), pp. 563–588. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>

- Fiorina, M. P. (2017). *Unstable Majorities: Polarization, Party Sorting, and Political Stalemate*. Hoover Press.
- González, J. J., & Bouza, F. (2009). *Las razones del voto en la España democrática*. Madrid: Catarata.
- Google Ngram Viewer (2020). Google Books Ngram Viewer. https://books.google.com/ngrams/graph?content=political+polarization&year_start=1800&year_end=2019&corpus=26&smoothing=3&direct_url=t1%3B%2Cpolitical%20polarization%3B%2Cc0 (última consulta: 01.12.2020)
- Harteveld, E., & Wagner, M. (manuscrito). "Affective polarization across parties: Why do people dislike some parties more than others?". https://ic3jm.es/wp-content/uploads/2020/11/Harteveld_Wagner_Affpol.pdf
- Hetherington, M. J., & Rudolph, T. J. (2015). *Why Washington Won't Work: Polarization, Political Trust, and the Governing Crisis*. University of Chicago Press. <https://experts.illinois.edu/en/publications/why-washington-wont-work-polarization-political-trust-and-the-gov>
- Hume, D. (1826). Of the standard of taste. En *The Philosophical Works of David Hume*, volumen III, pp. 256–282.
- Isenberg, D. J. (1986). "Group polarization: A critical review and meta-analysis". *Journal of Personality and Social Psychology*, 50 (6), pp.1141–1151. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.50.6.1141>
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., & Westwood, S. J. (2019). "The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States". *Annual Review of Political Science*, 22 (1), pp. 129–146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). "Affect, Not Ideology". *Public Opinion Quarterly*, 76 (3), pp. 405–431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Iyengar, S., Westwood, S. J. (2015). "Fear and Loathing across Party Lines: New Evidence on Group Polarization". *American Journal of Political Science*, 59 (3), pp. 690-707.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2010). *Echo chamber Rush Limbaugh and the conservative media establishment*.
- Johnston, C. D., Newman, B. J., & Velez, Y. (2015). "Ethnic Change, Personality, and Polarization Over Immigration in the American Public". *Public Opinion Quarterly*, 79 (3), pp. 662–686. <https://doi.org/10.1093/poq/nfv022>
- Kelly, T. (2008). "Disagreement, Dogmatism, and Belief Polarization". *The Journal of Philosophy*, 105 (10), pp. 611–633.
- Klein, E. (2020). *Why We're Polarized*. Simon and Schuster: New York.
- Kunda, Z. (1990). "The case for motivated reasoning". *Psychological Bulletin*, 108 (3), pp. 480–498. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>
- Levendusky, M. S. (2018). "When Efforts to Depolarize the Electorate Fail". *Public Opinion Quarterly*, 82 (3), pp. 583–592. <https://doi.org/10.1093/poq/nfy036>
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *How democracies die* (First edition). Crown.
- Lynch, M. P. (2016). *The Internet of Us: Knowing More and Understanding Less in the Age of Big Data* (1st ed.). Liveright Publishing Corporation: New York.
- Lynch, M. P. (2019). *Know-It-All Society: Truth and Arrogance in Political Culture*. Liveright Publishing: New York.
- Mackie, D. M. (1986). "Social identification effects in group polarization". *Journal of Personality and Social Psychology*, 50 (4), pp. 720–728. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.50.4.720>
- Mason, L. (2013). "The Rise of Uncivil Agreement: Issue Versus Behavioral Polarization in the American Electorate". *American Behavioral Scientist*, 57 (1), pp. 140–159. <https://doi.org/10.1177/0002764212463363>
- Mason, L. (2015). "I Disrespectfully Agree: The Differential Effects of Partisan Sorting on Social and Issue Polarization". *American Journal of Political Science*, 59 (1), pp. 128–145. <https://doi.org/10.1111/ajps.12089>
- Mason, L. (2018). *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*. University of Chicago Press: Chicago. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226524689.001.0001>

- Marques, T. (2014). "Disagreement about taste: commonality presuppositions and coordination". *Australasian Journal of Philosophy*, 92 (4), pp. 701-723.
- Mounk, Y. (2018). *The people vs. democracy: Why our freedom is in danger and how to save it*. Harvard University Press: London.
- Nguyen, C. T. (2020). "Echo chambers and epistemic bubbles". *Episteme*, 17 (2), pp. 141-161. <https://doi.org/10.1017/epi.2018.32>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. New York University Press: New York.
- Osorio, J., & Villanueva, N. (2019). "Expressivism and Crossed Disagreements". *Royal Institute of Philosophy Supplements*, 86, pp. 111-132. <https://doi.org/10.1017/S1358246119000092>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Group: New York. "Part I. The Need for Greater Party Responsibility" (1950). *The American Political Science Review*, 44(3), 15-36. <https://doi.org/10.2307/1950999>
- Plunkett, D. (2015). "Which Concepts Should We Use?: Metalinguistic Negotiations and The Methodology of Philosophy", *Inquiry. An Interdisciplinary Journal of Philosophy*, 58 (7-8), pp. 828-874.
- Sartori, G. (1976). *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Stanley, J. (2015). *How propaganda works*. Princeton University Press: Princeton.
- Sundell, T. (2016). "The tasty, the bold, and the beautiful". *Inquiry*, 59 (6), pp. 793-818. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2016.1208918>
- Sunstein, C. R. (2002). "The Law of Group Polarization". *Journal of Political Philosophy*, 10 (2), pp. 175-195. <https://doi.org/10.1111/1467-9760.00148>
- Sunstein, C. R. (2009). *Going to extremes: How like minds unite and divide*. Oxford University Press: Oxford.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press: Princeton. <https://doi.org/10.1515/9781400884711>
- Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). "Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs". *American Journal of Political Science*, 50 (3), pp. 755-769. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x>
- Tajfel, H. (1970). "Experiments in Intergroup Discrimination". *Scientific American*, 223 (5), pp. 96-103.
- Talisse, R. (2019). *Overdoing Democracy: Why We Must Put Politics in its Place*. Oxford University Press: New York.
- Tanesini, A., & Lynch, M. P. (Eds.). (2020). *Polarisation, Arrogance, and Dogmatism: Philosophical Perspectives* (1st ed.). Routledge: London. <https://doi.org/10.4324/9780429291395>
- Torices, J. (2019). *Ranking the world through words: Disagreement, dogwhistles, and expressivism*. Tesis doctoral. Universidad de Granada. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/56428>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Tufekci, Z. (2018). "YouTube, the Great Radicalizer" (Published 2018). The New York Times. <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html> (última consulta: 01.12.2020)
- Valentino, N. A., Banks, A. J., Hutchings, V. L., & Davis, A. K. (2009). "Selective Exposure in the Internet Age: The Interaction between Anxiety and Information Utility". *Political Psychology*, 30 (4), pp. 591-613. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2009.00716.x>
- Vicario, M. D., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., & Quattrociocchi, W. (2016). "The spreading of misinformation online". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113 (3), pp. 554-559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>
- Viciana H., Hannikainen I. R., Gaitán Torres A. (2019). The dual nature of partisan prejudice: Morality and identity in a multiparty system. PLoS ONE 14(7): e0219509. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0219509>

- Wallace, P. (2016). *The Psychology of the Internet*. Cambridge University Press: Cambridge. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511581670>
- Westwood, Sean J., Iyengar, S., Walgrave, S., Leonisio, R., Miller, L., & Strijbis, O. (2018). The tie that divides: Cross-national evidence of the primary of partyism. *European Journal of Political Research*, 57(2), pp. 333-354.
- Wojcieszak, M., & Garrett, R. K. (2018). "Social Identity, Selective Exposure, and Affective Polarization: How Priming National Identity Shapes Attitudes Toward Immigrants Via News Selection". *Human Communication Research*, 44 (3), pp. 247–273. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqx010>
- Yardi, S., & Boyd, D. (2010). "Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization Over Time on Twitter". *Bulletin of Science, Technology & Society*. <https://doi.org/10.1177/0270467610380011>

Notas al final

- 1 Buena parte de la literatura especializada sobre polarización está producida y centrada en los Estados Unidos. Sin embargo, la polarización peligrosa es un fenómeno extendido entre buena parte de las democracias contemporáneas (ver Carothers & O'Donohue 2019; ver también por ejemplo el artículo "How Ideology, Economics and Institutions Shape Affective Polarization in Democratic Polities" publicado por Noam Gidron, James Adams y Will Horne (<https://blog.mpsanet.org/2019/06/27/how-ideology-economics-and-institutions-shape-affective-polarization-in-democratic-polities/>) en el que aparecen datos de España junto con otros países). Dos estudios recientes han abordado de manera comparativa la polarización afectiva a nivel internacional (Westwood y otros 2019; Boxell y otros 2020). Para el caso español en concreto deben mencionarse (González y Bouza 2009), (Vicián y otros 2019), así como los diversos estudios llevados a cabo desde el CIS (http://www.cis.es/cis/open/cm/ES/1_encuestas/estudios/listaTematico.jsp?tema=82), el OPIA (http://www.juntadeandalucia.es/justiciaeinterior/opam/es/estudio_OPIA), el ICIP en Cataluña (http://icip.gencat.cat/web/.content/continguts/publicacions/documents_i_informes/2020/informes_2020-17_cas.pdf) o 40dB (<https://40db.es/wp-content/uploads/2020/12/Estudio-sobre-el-desgaste-pol%C3%ADtico-El-Pa%C3%ADs.pdf>).
- 2 Por ejemplo, en la literatura ha habido un extenso debate sobre si Estados Unidos se ha polarizado. Véase Abramowitz 2006, 2007, 2010; Abramowitz & Saunders 1998, 2005, 2008; Abramowitz & Stone 2006; Brewer 2005; Hetherington 2001; Hetherington & Rudolph 2015; Jacobson 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 Vs. Fiorina & Abrams 2008; Fiorina, Abrams & Pope 2005, 2008; Fiorina & Levendusky 2006; Levendusky 2009; Wolfe 1998.