



EDUARDO ARRIAGADA
Periodista, investigador de
la industria informativa

REDES Y MÓVILES
PARA REBAJAR LA
POLARIZACIÓN

El poder de escuchar

La polarización que vivimos no consiste en que estemos adoptando posturas más extremas, sino que la gente se ha ordenado en bandos que abarcan aspectos más amplios.

—
Networks and mobiles to reduce polarization
THE POWER OF LISTENING

Current polarization is not due to people adopting extreme positions but because they have organized themselves into sides that cover broader aspects.

Keywords: post-truth, polarization, extremism, social networks, citizenship.

Palabras clave:
posverdad,
polarización,
extremismo,
redes sociales,
ciudadanía.



Tras un encandilamiento inicial con estas tecnologías móviles y sociales, ahora hemos asumido un temor algo sensacionalista bien resumido en el documental *The Social Dilemma* (2020) a partir de las ideas que Shoshana Zuboff había publicado en *La era del capitalismo de la vigilancia*. Aunque hay consenso en entender el entorno como parte del problema ya que, en palabras de Rushkoff, “tienen un sesgo contra la contradicción y las concesiones, por lo que tienden a polarizarnos y disponernos en posturas opuestas, incapaces de reconocer valores compartidos o de afrontar paradojas”¹.

Hace dos años, describí en *TELOS* un ejemplo práctico del uso de las redes para enfrentar la polarización; en este número, dedicado a la posverdad, quiero complementar ese análisis con alguna bibliografía que refuerza lo presentado.

Con el tiempo se ha establecido un cierto consenso sobre que la polarización actual tiene en la existencia de las redes un factor más, pero no la causa. Las redes exponen y quizá agudizan una grieta previa. Me sumo a los que piensan que este entorno no debe ser analizado como si fuera algo equivalente al tabaco, una tecnología que no tiene beneficio alguno más allá de la rentabilidad para las plataformas que la entregan. Muchos creemos que es mejor usar la analogía de una herramienta que condiciona y puede potenciar algo tan relevante para nosotros como nuestro lenguaje.

El reciente libro de Ezra Klein sobre el fenómeno, muestra que tanto la polarización afectiva como la partidista ya se venían profundizando desde la última parte del siglo pasado. De hecho, para el caso norteamericano, afirma que lo que de verdad generó la polarización fue la ideologización del partido demócrata que, por años, era neutro e incluía tanto a sectores conservadores del sur del país como demócratas progresistas del norte. Para el autor, la polarización allí fue consecuencia de la decisión del partido demócrata de asumir como banderas identitarias los derechos civiles de mediados de los años 60, lo que provocó la polarización del país al generar la reacción contraria en el partido republicano. Igual, él termina la idea reconociendo que “sin duda, la polarización que siguió a ese progreso fue preferible a la opresión que lo precedió”². Klein resume el problema reconociendo el sesgo, pero con una forma distinta de mirarlo: “El algoritmo no es solo un motor de radicalización; es un motor de identidad”³. Aunque, con ese trabajo, Klein entiende que “a medida que las instituciones y los actores políticos se polarizan más, también polarizan más al público”⁴.

Su análisis le resta gravedad a lo que describe en *Por qué estamos polarizados*. Uno de sus capítulos se titula “La polarización no es extremismo”, y afirma que el fenómeno, más que agudizar los extremos, consiste en un proceso de clasificación que lleva a que los ciudadanos

se ordenen y separen en posiciones similares a las posiciones que tenían previamente.

Es decir, que la polarización que vivimos no consiste en que estemos adoptando posturas más extremas, sino que la gente se ha ordenado en bandos que ordenan en más aspectos de su vida, lo que permite percibir con más claridad los ellos y los nosotros que son tan condicionantes en nuestra sociabilidad y la percepción que tenemos de la realidad.

Adriana Amado postuló en *Metáforas del periodismo* que lo que muchos no asumen es que la principal revolución del siglo XXI es la demanda de una mayor participación⁵. En principio, todos los intermediarios ponen en un mismo espacio a políticos y periodistas, se sienten incómodos ante el cambio que han experimentado las audiencias. Antes, estas se limitaban a atender sus discursos echadas en un sofá y reaccionaban con esporádicos votos, pero hoy se han convertido en los actuales usuarios conectados y activos. Es lo que el filósofo español Daniel Innerarity resume hablando de la “ampliación del espacio público, que ya no puede ser entendido como un diálogo gestionado por los periodistas y los profesionales de la política”⁶.

Para valorar el impacto que todo esto puede tener, he aprovechado las lecturas a Innerarity sobre la democracia como un sistema que él valora por ser el mejor, no tanto para identificar quién sabe o es más compe-

tente, sino para permitir organizar mayorías y compromisos para resolver temporalmente divergencias de valores e intereses.

Innerarity cita a la catedrática de Ciencia Política de la Universidad de Columbia, Nadia Urbinati: “La democracia es gobierno por discusión porque es gobierno por opinión”⁷. En este sentido, se comprende con más claridad el valor que puede tener el nuevo entorno al permitir conversaciones relevantes (delante de terceros y grabadas) y que le entregue a los poderosos una capacidad de escucha que hasta ahora no había existido.

Es decir, que este entorno de usuarios conectados que favoreció la protesta en diversos rincones del planeta desde el 2019, también podría facilitar la generación de acuerdos más complejos que permitan

Si usas las redes sociales solo para mandar mensajes es lo mismo que usar el teléfono solo para hablar sin oír

1 Rushkoff, Douglas (2021): *Programa o serás programado*. Madrid, Debate, pág. 79.

2 Klein, Ezra (2021): *Por qué estamos polarizados*. Madrid, Capitán Swing, pág. 28.

3 Klein, Ezra (2021): pág. 223.

4 Klein, Ezra (2021): pág. 28.

5 Adriana A. (2021): *Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos*. Buenos Aires-Madrid, Ediciones Ampersand, pág. 20.

6 Innerarity, Daniel (2022): *La sociedad del desconocimiento*. Barcelona, Galaxia Gutenberg.

7 Urbinati, Nadia (2014): *Democracy Disfigured. Opinion, Truth, and the People*. Cambridge (Massachusetts), Harvard University Press, pág. 31.

Lo fundamental no son las palabras que se repiten sino las conversaciones que se desarrollan entre personas con nombre y apellido



enfrentar los problemas que provocan esas protestas. De hecho, en el mencionado libro sobre la polarización Ezra Klein propone “revitalizar la democracia” trascendiendo la política partidista y conectando a personas de distintas ideologías en el debate público⁸.

Innerarity lo expone de la siguiente forma: “El primer efecto democrático de Internet es la desjerarquización. Cuando una tecnología desdibuja la frontera entre la conversación privada y la información pública, lo que hace es atenuar las distancias sobre las que se ha construido la verticalidad del espacio público en el que hemos vivido: entre periodistas y lectores, entre creador y usuario, entre profesionales y aficionados, entre actores y audiencias”⁹.

Para él lo que emerge sería útil para que los políticos que asuman que “la principal función del gobierno en la sociedad del conocimiento consiste precisamente en establecer las condiciones de posibilidad de la inteligencia colectiva”¹⁰. Habla de que las competencias básicas del Estado, que habrían pasado de evitar la guerra civil en el Estado moderno al bajar la pobreza en el Estado de bienestar, ahora nuevamente cambiarían, ya que “la competencia característica del gobierno en la sociedad del conocimiento es establecer las bases óptimas para un aprovechamiento óptimo del recurso saber”¹¹.

Cuando en una llamada telefónica una de las personas se expresa sin permitir la interacción de la otra se genera incomodidad, incluso puede ser percibido hasta violento por alguien que tiene un problema previo

con su interlocutor. Robert Scoble y Shel Israel explicaron que “las redes sociales son un canal de dos direcciones, si lo usas solo para mandar mensajes es lo mismo que usar el teléfono solo para hablar sin oír”¹¹. Parte de la sensación tóxica la genera el que estemos usando un canal de dos sentidos, de ida y vuelta, para mandar mensajes exigiéndole al que está al otro lado de la línea que solo nos atienda y escuche.

En este entorno no gana el que solo habla sino el que, en una especie de tira y afloja, consigue promover una conversación entre personas concretas, y consigue llevarles a los temas que cree necesario conversar.

Manuel Castells ha dicho muchas veces al describir el paso de la sociedad de la información —de la imprenta— a esta sociedad red que reconfigura todo, que en un mundo tan bien conectado deja de servir la cantidad de conexiones, deja de ser relevante el a quién conoces y ahora tiene éxito el que tiene más diversidad de conexiones; sirve el que también está conectado con un nodo menos prominente, menos conectado, pero que ahora es el nodo clave porque es diferente.

Si Twitter y las páginas de Facebook son aprovechadas por los líderes de opinión como grabadoras en una cafetería, bar, oficina o cualquier otro lugar de encuentro de la ciudad, donde la gente está invitada públicamente a compartir lo que quiere decir, lo fundamental no son las palabras que se repiten, sino las conversaciones que se desarrollan entre personas con nombre y apellido. Cuando se resume el desafío de analizar lo

que se publica en las redes como un trabajo profesional, se habla de la capacidad de extraer un pequeño dato valioso entre el mar de datos.

Hoy como nunca, podemos oír las expectativas, los valores, las motivaciones y las necesidades de nuestros compatriotas, en parte porque “las personas olvidan o ignoran que están siendo vigiladas”¹². Un trabajo de los profesionales de la comunicación política pasa por aprender a destilar del ruido del big data aquellas piezas de little data que pueden servir para convertirse en políticas y en palabras claves de sus conversaciones.

Cuando Castells vino a Chile durante el estallido social de 2019 dijo que una receta para superar esta crisis pasaba por entender que la clave es escuchar, y lo que vimos y lo que oiremos terminará estando condicionado por los mensajes que se hacen en ese mismo tiempo de escucha. La cantidad de información sobre el malestar, la variedad de quienes la redactan y la misma riqueza de lo que se comparte en las redes sobre un determinado tema estará condicionado por la actividad que se genere al respecto. La literatura del tema dice que el 80% del éxito de una conversación depende de la calidad de la escucha.

Bibliografía

- Klein, E. (2021): *Por qué estamos polarizados*. Madrid, Capitán Swing.
 Zuboff, S. (2020): *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona, Paidós.
 Amado, A. (2021): *Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos*. Buenos Aires–Madrid, Ediciones Ampersand.
 Rushkoff, D. (2001): *Coerción. Por qué hacemos caso a lo que nos dicen*. Barcelona, Los Libros de la Liebre de Marzo.
 Innerarity, D. (2022): *La sociedad del desconocimiento*. Barcelona, Galaxia Gutenberg.

8 Klein, Ezra (2021): pág. 12.

9 y 10 Innerarity, Daniel (2022). *La sociedad del desconocimiento*. Barcelona, Galaxia Gutenberg.

11 Scoble, Robert e Israel, Shel (2013): *Age of Context: Mobile, Sensors, Data and the Future of Privacy*, Creative Space, pág. 315.

12 DeBrabander, Firmin (2020): *Life after Privacy. Reclaiming Democracy in a Surveillance Society*, Cambridge University Press, pág. 17.