



Perspectivas desde el Barómetro de las Américas: 2013

Número 92



Los que usan las redes con fines políticos en las Américas son tolerantes y pro-democráticos

Por Jessica Brunelle

jessica.m.brunelle@vanderbilt.edu

Vanderbilt University

Resumen Ejecutivo. Este informe examina el uso de las redes sociales con fines políticos en América Latina y el Caribe. El análisis que utiliza una de las preguntas incluidas en el Barómetro de las Américas del 2012 muestra que la proporción de ciudadanos que han leído o compartido información política en los sitios web de redes sociales en el último año varía según los países. Adicionalmente, los jóvenes, los más ricos, los más educados y quienes residen en zonas urbanas son más propensos a involucrarse en política a través de los medios sociales. Por otra parte, aquellos que utilizan las redes sociales con fines políticos en América Latina y el Caribe son más polarizados ideológicamente, pero también son más tolerantes políticamente y apoyan más la democracia en abstracto. Por lo tanto, el uso de redes sociales con fines políticos en las Américas es un complemento positivo a las formas más convencionales de participación política democrática.

La serie Perspectivas es co-editada Jonathan Hiskey, Mitchell A. Seligson y Elizabeth J. Zechmeister con el apoyo administrativo, intelectual y técnico del equipo de LAPOP en Vanderbilt University.

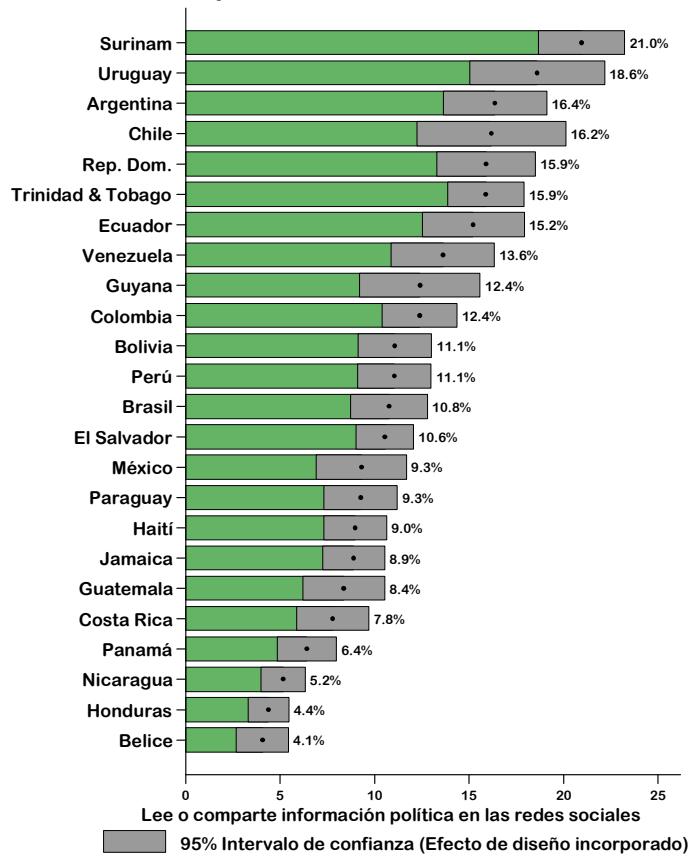
www.AmericasBarometer.org

Con el advenimiento de las redes sociales, el siglo XXI está siendo testigo de una revolución en cuanto a las formas en las que personas se comprometen en política. En la última década, el uso de diversos sitios como Facebook, Twitter y Orkut ha aumentado en toda América Latina y el Caribe (Synthesis 2011). Alrededor del mundo, los ciudadanos utilizan cada vez más los medios sociales como un mecanismo para distribuir información política (p. ej. Davis, 2010). Pero, ¿quiénes son estos ciudadanos? Mientras que algunos académicos han examinado esta cuestión en otros contextos (p. ej. Effing y Huibers, 2001), poco se sabe sobre quién utiliza las redes sociales para la recopilación de información política y como forma de expresión en América Latina y el Caribe.

Este informe de *Perspectivas*¹ presenta dos perfiles del tipo de personas que se involucran en política utilizando los medios sociales. En primer lugar, se examina en qué medida los factores socioeconómicos y demográficos predicen este tipo de actividad. En segundo lugar, se evalúan los perfiles políticos de los que utilizan los medios de comunicación social con fines políticos.

Algunos estudios realizados en otros contextos indican que quienes se dedican a la política a través de las redes sociales tienden a estar más políticamente polarizados (Kushin y Kitchener, 2009). En este sentido, este informe se pregunta: ¿en el año 2012, quienes se auto-identifican como usuarios de redes sociales con fines políticos están más o menos a favor de la democracia, son más o menos tolerantes políticamente y/o extremos ideológicamente?

Gráfico 1. Porcentaje de encuestados que se involucran en política a través de las redes sociales



Fuente: © Barómetro de las Américas por LAPOP, 2012

Este informe es posible gracias a que por primera vez en el 2012, el Barómetro de las Américas del Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP)² preguntó a las 41.632 personas entrevistadas en los 26 países que comprenden el estudio la siguiente pregunta:

¹ Números anteriores de la serie *Perspectivas* pueden encontrarse en:

<http://www.vanderbilt.edu/lapop/insights.php>.

Los datos en los que están basados pueden encontrarse en:
<http://www.vanderbilt.edu/lapop/survey-data.php>

² El financiamiento de la ronda 2012 del Barómetro de las Américas fue proporcionado principalmente por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Otras fuentes importantes de apoyo fueron el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Vanderbilt University.

PROT8. En los últimos doce meses, ¿usted leyó o compartió información política por alguna red social de la web como Twitter, Facebook u Orkut?³

El Gráfico 1 refleja el porcentaje de personas que respondieron afirmativamente a esta pregunta⁴. Las tasas de participación política a través de los medios sociales varían considerablemente entre países, de un máximo de 21% en Surinam a un mínimo de 4,1% en Belice⁵. Dadas las altas estimaciones de utilización de redes sociales en general para la región (y, en particular en países como Brasil), los resultados del Gráfico 1 permiten concluir que el uso de dichos sitios web con fines políticos es mucho más bajo que las tasas de utilización de redes sociales con fines no políticos (Synthesis 2011).

En la siguiente sección se explora si los niveles más altos de utilización de las redes sociales con fines políticos están asociados con ciertos grupos socio-demográficos en América Latina y el Caribe. Como era de esperar, se encontró que los más jóvenes, más ricos, más educados y que residen en zonas urbanas son más propensos a involucrarse en política a través de las redes sociales. Pero, ¿qué pasa con sus

preferencias políticas? En la siguiente sección se presenta una serie de análisis en el cual se encontró que quienes utilizan los medios de comunicación social con fines políticos en la región son ideológicamente extremos, así como también políticamente más tolerantes y apoyan más la democracia en abstracto.

Quienes utilizan las redes sociales con fines políticos en América Latina y el Caribe no sólo son ideológicamente más polarizados, sino también políticamente más tolerantes y apoyan a la democracia en abstracto

¿Quién es más proclive a utilizar las redes sociales para compartir y adquirir información política?

En esta sección se examina cómo factores demográficos y socioeconómicos específicos predicen el uso de las redes sociales con fines políticos. La principal expectativa es que aquellos que son más jóvenes, más ricos y más educados serán más propensos a usar las redes sociales para el activismo político en la medida en que estos ciudadanos están más familiarizados y tienen mayor fluidez en el uso de las redes sociales. (Véase Rainie et al. 2012).⁶

³ Con el fin de centrarse en la región de América Latina y el Caribe, se omite Estados Unidos y Canadá en este informe. Las tasas de participación política a través de las redes sociales en estos países son 41,5% y 24,7%, respectivamente, en el Barómetro de las Américas 2012. Este informe utiliza la versión 47 de la base de datos de todos los países incluidos en el Barómetro de las Américas 2012.

⁴ En la encuesta del Barómetro de las Américas 2012, el 3,0% de los encuestados no respondió a la pregunta, estos individuos no están incluidos en el análisis de este informe.

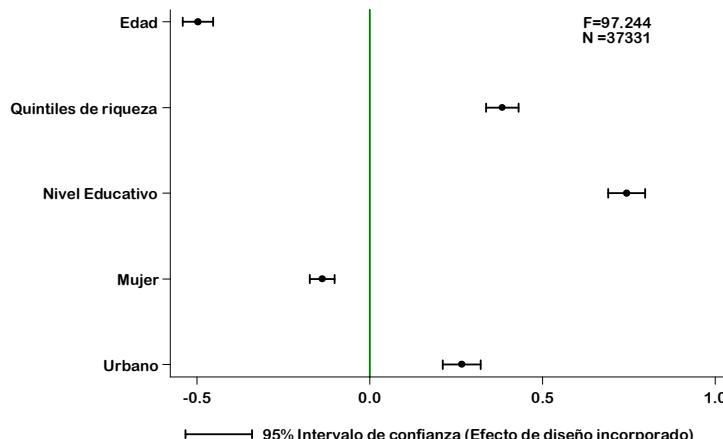
⁵ Como una práctica típica de la serie *Perspectivas*, se excluyó a Estados Unidos y Canadá para centrarse en América Latina y el Caribe.

⁶ Rainie et al. (2012) reportan esto con base en una encuesta de 2.253 adultos en los EE.UU. sobre el uso de Twitter.

En su estudio sobre la utilización política de las redes sociales en Estados Unidos, Raine y Smith (2008) encontraron que la edad es el factor determinante más importante para el activismo político a través de las redes sociales. Según los autores, las dos terceras partes de los usuarios de Internet estadounidenses menores de 30 años tienen perfiles en las redes sociales y la mitad de ellos utilizan estos sitios para obtener o compartir información política. Aunque el trabajo de estos autores se centra en los Estados Unidos, es razonable esperar que una edad más joven – así como también tener educación superior, mayor ingreso, y residencia urbana – contribuyan a predecir positivamente la utilización de medios sociales para el activismo político en Latinoamérica y el Caribe.

Para analizar estas hipótesis, se desarrolló un modelo de regresión logística que utiliza medidas socioeconómicas y demográficas (edad, riqueza, educación⁷, sexo y residencia urbana / rural) para predecir la probabilidad de que los individuos reporten el uso de las redes sociales para recopilar o compartir información política. El Gráfico 2 muestra los coeficientes estandarizados de este análisis (véase el apéndice para los resultados completos). El efecto estimado de cada factor se representa por un punto. Las barras correspondientes representan un intervalo de confianza del 95% alrededor de la estimación para cada factor. Si el punto y la barra caen a la izquierda de la

Gráfico 2. Los predictores socioeconómicos y demográficos de la participación política a través de los medios sociales



Fuente: © Barómetro de las Américas por LAPOP, 2012. Efectos fijos por país incluidos, v47.

línea 0, entonces la variable tiene una relación negativa y estadísticamente significativa. Si el punto y la barra caen a la derecha de la línea 0, entonces tal variable tiene un efecto positivo y estadísticamente significativo.

Como se esperaba, el Gráfico 2 muestra que las personas con mayor nivel educativo son más propensas a usar las redes sociales para la lectura y el intercambio de información política en comparación con los que tienen menor nivel educativo. También en línea con las hipótesis planteadas, las cohortes de edad más jóvenes utilizan más las redes sociales para el activismo político que los individuos de las cohortes de edad más altas (el coeficiente negativo indica que a medida que incrementa la edad, hay menos probabilidad de que la persona use las redes sociales para leer o compartir la información política). Además los hombres y los que viven en una zona urbana son más propensos a usar las redes sociales con un fin político. En resumen, el perfil socioeconómico y demográfico del usuario promedio de las redes sociales con fines políticos en toda la región latinoamericana y caribeña es similar a la que se ha encontrado en los Estados Unidos: al igual que las tendencias más generales, el uso de los medios sociales para el activismo político es más común entre los jóvenes, los ricos, los

⁷ La educación se ha codificado en cuatro grupos de la siguiente manera: Ninguna educación, Educación Primaria, Educación Secundaria y Educación Superior. La última categoría es la línea de base, es decir la categoría de comparación en los análisis. Tanto para la educación como para las medidas de riqueza, se probó si la relación no es lineal con una serie de variables dicotómicas para las cohortes de educación y quintiles de riqueza, y no se encontró que hubiera una relación no lineal en los análisis.

más educados y los que viven en las zonas urbanas⁸.

El uso de las redes sociales con fines políticos y las actitudes políticas en América Latina y el Caribe

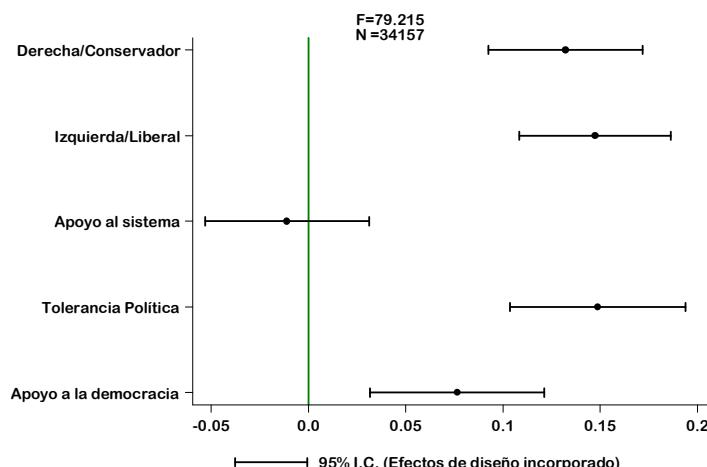
¿Qué más determina el perfil de las personas que utilizan las redes sociales con fines políticos? Rainie y Smith (2012) señalan que, en los EE.UU., los ciudadanos políticos más activos y comprometidos en las redes sociales tienden a encontrarse en ambos extremos del espectro ideológico. La pregunta acerca de quién utiliza las redes sociales para fines políticos es, pues, importante desde el punto de vista de la política democrática: conocer el perfil actitudinal de quienes participan en política de esta forma proporciona información importante sobre el tipo de contenido político y el debate que se distribuye a través de las redes sociales. De este modo, en esta última sección se evalúan los tipos de actitudes democráticas y las preferencias ideológicas que predicen el uso político de las redes sociales en la región latinoamericana y caribeña.

A partir del modelo presentado en el Gráfico 2, se construyó un modelo en el que se incluyó medidas de apoyo a la democracia, tolerancia política, apoyo al sistema e ideología para predecir la probabilidad de que un individuo

responda afirmativamente al uso de las redes sociales con fines políticos. El apoyo a la democracia se midió mediante una pregunta que consulta hasta qué punto el encuestado está de acuerdo o no con que la democracia es mejor que cualquier otra forma de gobierno⁹.

La tolerancia política se midió mediante un índice basado en el grado en que los encuestados están de acuerdo con que a los que critican el régimen se les permita votar, realizar manifestaciones pacíficas, postularse para un

Gráfico 3. Actitudes políticas como correlatos de participación política a través de las redes sociales



Fuente: © Barómetro de las Américas por LAPOP, 2012. Efectos fijos por país incluidos, v47.

cargo público y aparecer en la televisión para dar un discurso. El apoyo al sistema, por su parte, se midió utilizando un índice basado en la percepción de que el Estado garantiza un juicio justo, el respeto por las instituciones políticas, la percepción de que el sistema protege los derechos básicos, el nivel de orgullo de vivir en el país y el grado de convicción de que se debe apoyar el sistema. Por último, se incluyen medidas ideológicas de izquierda-derecha para poner a prueba si la orientación

⁸ Es interesante observar que mientras que en el estudio de los EE.UU, Rainie et al. (2012) observaron que las mujeres son más propensas a utilizar los sitios de redes sociales (pero igual de propensas a usar Twitter) en comparación con los hombres, vemos que los hombres son más propensos a informar del uso de medios sociales para fines políticos en América Latina y el Caribe.

⁹ ING4. Cambiando de nuevo el tema, puede que la democracia tenga problemas, pero es mejor que cualquier otra forma de gobierno. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con esta frase?

política está polarizada entre los usuarios de redes sociales con fines políticos¹⁰.

En el Gráfico 3 se presenta los coeficientes de regresión estandarizados de un análisis de regresión que incluye todas las variables del análisis realizado en la sección anterior, más los indicadores arriba descritos¹¹.

El Gráfico 3 muestra que, si bien el apoyo del sistema no es un indicador estadísticamente significativo del uso político de las redes sociales, la tolerancia política, el apoyo a la democracia y una ideología más liberal son los predictores positivos del uso de redes sociales con fines políticos. En otras palabras, el análisis muestra que las personas que afirman haber leído o compartido recientemente información política a través de redes sociales tienen más probabilidades de estar en la "derecha" o "izquierda" del espectro ideológico, en oposición a ubicarse en el "centro" o no tomar una postura ideológica. Además, las personas que declararon haber utilizado las redes sociales con fines políticos son, en promedio, más tolerantes políticamente y apoyan más la democracia en abstracto.

¹⁰ L1: "En esta tarjeta hay una escala de 1 a 10 que va de izquierda a derecha. Uno de los medios a la izquierda y 10 significa derecha. Hoy en día cuando se habla de tendencias políticas, mucha gente habla de aquellos que simpatizan más con la izquierda o con la derecha. Según el sentido que tengan para usted los términos "izquierda" y "derecha" cuando piensa sobre su punto de vista político, ¿dónde se encontraría usted en esta escala? Dígame el número". Para el uso de esta pregunta, se creó una variable de tres categorías, con valores de respuesta de 1-3 codificado como "ideología de izquierda", 4-7 como "ideología centrista" (la categoría de referencia), y 8-10 como "ideología derechista". Los valores perdidos fueron incluidos en la categoría de referencia, "la ideología centrista". Los resultados que se presentan aquí son robustos tanto si los valores perdidos se consideran como tal como si se excluyen del análisis. En varios países del Caribe, la pregunta sobre ideología hace referencia a la categoría liberal o conservadora, en estos casos, se ha considerado y codificado liberal como izquierda y conservador como derecha, siguiendo el mismo sistema de codificación señalado aquí.

¹¹ Con el fin de ahorrar espacio, los coeficientes de género, educación, ingresos, lugar de residencia y edad no se muestran aquí, aunque estas variables se incluyeron en la regresión.

Conclusión

Con la primavera árabe que comenzó en 2010 en varios países en el Medio Oriente y África, el tema del uso de las redes sociales como forma de activismo político se ha colocado recientemente bajo el microscopio global. Aunque América Latina y el Caribe y las regiones afectadas en la primavera árabe son diferentes en muchas dimensiones, las redes sociales en todo el mundo han ganado fuerza como un medio capaz de traducir las voces de las personas en movimientos colectivos y bien organizados para el cambio político (Howard y Hussain 2011). Las crecientes tasas de utilización de las redes sociales en general y los ejemplos exitosos de utilización del activismo político mediante las redes sociales sugieren que esta tendencia continuará en el futuro. De hecho, la encuesta del Barómetro de las Américas de 2012 apoya la idea de que los que participan en la política a través de las redes sociales son más propensos a involucrarse en organizaciones de base y otras formas de participación política. En un análisis realizado, que por motivos de espacio no se incluye en este informe se encontró que los usuarios de redes sociales con fines políticos en las Américas son más propensos a haber participado en una protesta en los últimos doce meses, aunque que no son más propensos a haber votado (en comparación con aquellos que no se involucran en la política a través de las redes sociales)¹².

Entender quién usa las redes sociales con fines políticos en Latinoamérica y el Caribe en 2012 es importante, ya que es probable que este perfil cambie con el tiempo en la medida en que nuevos grupos entren a las redes sociales. En este momento, el uso político de las redes sociales en América Latina y el Caribe es - al igual que el uso general de los medios de

¹² Estos resultados provienen de un modelo que amplía el que se presenta en el Gráfico 3 para incluir también una medida de si los encuestados que dijeron haber participado en una protesta en los últimos doce meses, y si informaron haber votado en las últimas elecciones presidenciales.

comunicación- más probable entre los más jóvenes, más ricos y más educados. También es más probable que se encuentre entre los residentes de zonas urbanas (en comparación con los residentes de zonas rurales).

Desde la perspectiva de la política democrática, aún más interesante es el perfil actitudinal de los que utilizan los medios de comunicación con fines políticos en la región. Los análisis aquí realizados apoyan el trabajo previo que sugiere que aquellos que son más polarizados ideológicamente son más propensos a usar las redes sociales de esta manera. Pero, además, aquellos que leen y comparten información política a través de sitios web de redes sociales son además más tolerantes políticamente y apoyan más a la democracia en abstracto. Por lo tanto, el uso de medios de comunicación social con fines políticos en la región de América Latina y el Caribe ofrece un complemento positivo a la participación política convencional. En la medida en que los que se dedican a la discusión política y el activismo a través de los medios sociales son más tolerantes y más pro-democráticos, estos medios para la participación política tienen el potencial de mejorar la calidad de la cultura y de la política democrática en las Américas.

Referencias

Davis, Aeron. 2010. "New media and fat democracy: the paradox of online participation." *New Media & Society* 12: 745–761.

Effing, Hillegersberg y Theo Huibers. 2011. "Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?" *Electronic Participation* 6847: 25-35.

Howard, Philip N. y Muzammil M. Hussain. 2011. "The Role of Digital Media." *Journal of Democracy* 22(3): 35-48.

"How Latin Americas are Taking over Social Media" 2011. *Synthesio*. Se puede encontrar en: <http://synthesio.com/corporate/en/2011/case-studies/synthesio-white-paper-how-latin-americans-are-taking-over-social-media/>. Consultado el 15 de abril de 2013.

Kushin, Matthew, y Kitchener, Kelin. "Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook." *First Monday* [Online], Vol. 14 N. 11 (18 de octubre de 2009).

Rainie, Lee, Aaron Smith, Kay Lehman Schlozman, Henry Brady, y Sidney Verba. 2012. "Social Media and Political Engagement." *Pew Internet & Life Project* (19 de octubre). Disponible en: <http://pewinternet.org/Reports/2012/Political-Engagement.aspx>. Consultado el 15 de abril de 2013.

Rainie, Lee, y Aaron Smith. 2008. "The Internet and the 2008 Election." *Pew Internet & Life Project* (15 de Junio). Disponible en: <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/The-Internet-and-the-2008-Election.aspx>. Consultado el 15 de abril de 2013.

Rainie, Lee, y Aaron Smith. 2012. "Social Networking Sites and Politics." *Pew Internet & Life Project* (12 de marzo). Disponible en: <http://www.pewinternet.org/Reports/2012/Social-networking-and-politics/Main-findings/Social-networking-sites-and-politics.aspx>. Consultado el 15 de abril de 2013.

Apéndice

	Gráfico 1		Gráfico 2	
	Coeficientes estandarizados	Errores estándar	Coeficientes estandarizados	Errores estándar
Urbano	0.266*	(0.028)	0.263*	(0.028)
Mujer	-0.137*	(0.018)	-0.115*	(0.019)
Nivel educativo	0.744*	(0.027)	0.711*	(0.028)
Quintiles de Riqueza	0.385*	(0.024)	0.378*	(0.024)
Edad	-0.497*	(0.023)	-0.512*	(0.023)
Apoyo a la democracia ⁺	.	.	0.076*	(0.023)
Tolerancia política ⁺	.	.	0.149*	(0.023)
Apoyo al sistema	.	.	-0.011	(0.021)
Izquierda/Liberal	.	.	0.147*	(0.020)
Derecha/Conservador	.	.	0.132*	(0.020)
Constante	-2.678	(0.031)	-2.666*	(0.032)
Número de Observaciones	37331		34157	
Prob>F	0.000		0.000	

Nota: Los coeficientes son estadísticamente significativos a *p<0.05, dos colas.

Se incluyen efectos fijos por país pero no se muestran aquí.