

¿Colombia está polarizada? Esto dice Google

especiales.semana.com/big-data-electoral/colombia-polarizada/index.html

Semanal



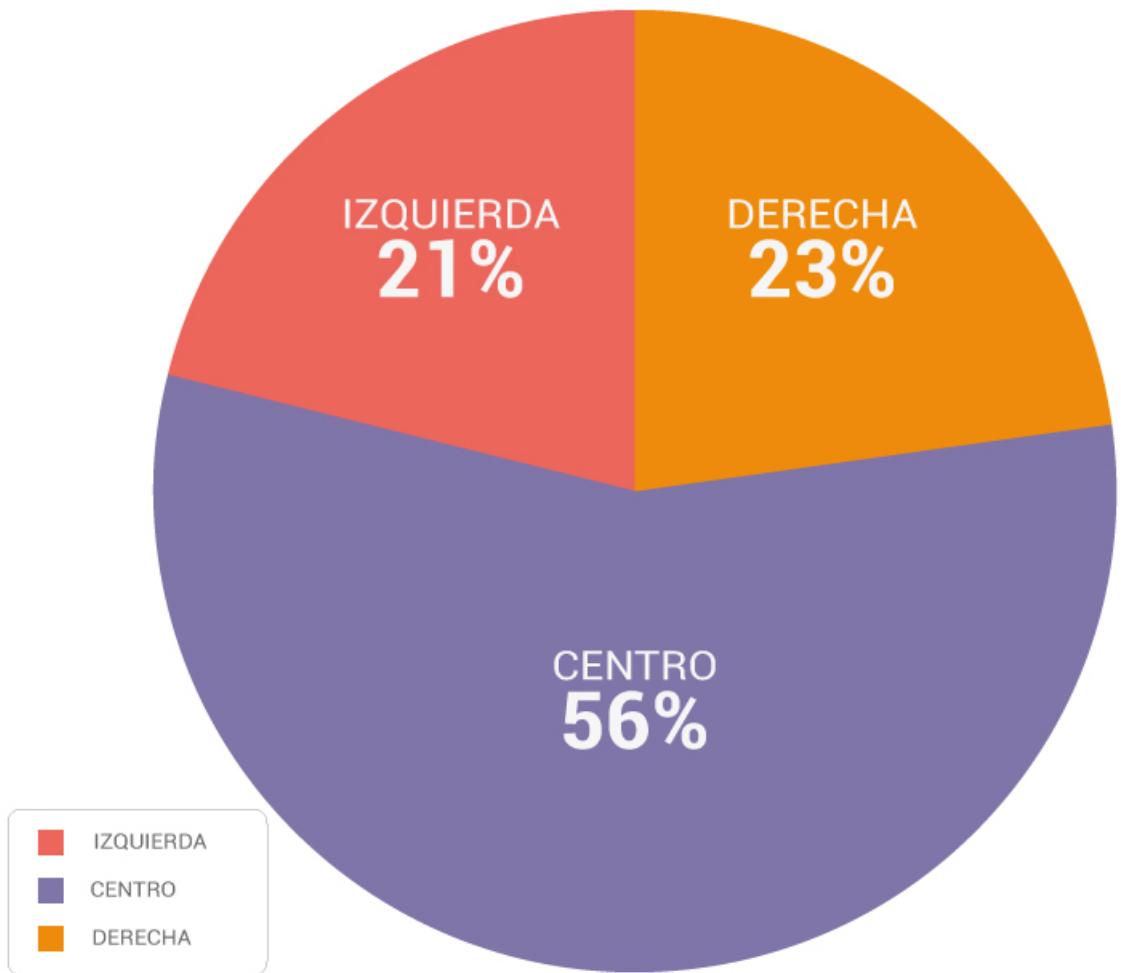
BIGDATA
ELECTORAL

Según las encuestas los colombianos se identifican más con el centro que con la derecha o la izquierda, pero en estas elecciones presidenciales la palabra polarización ha sido protagonista. Los resultados de las mediciones y de las búsquedas en Google dan pistas de lo que ocurre.

La encuesta 2016 del Barómetro de las Américas reveló que Colombia es un país que mayoritariamente se identifica ideológicamente con el centro, un 56 por ciento lo prefiere. En el segundo lugar está la derecha, con el 23 por ciento, y después la izquierda con el 21.

Identificación ideología política

Muestra nacional 2016



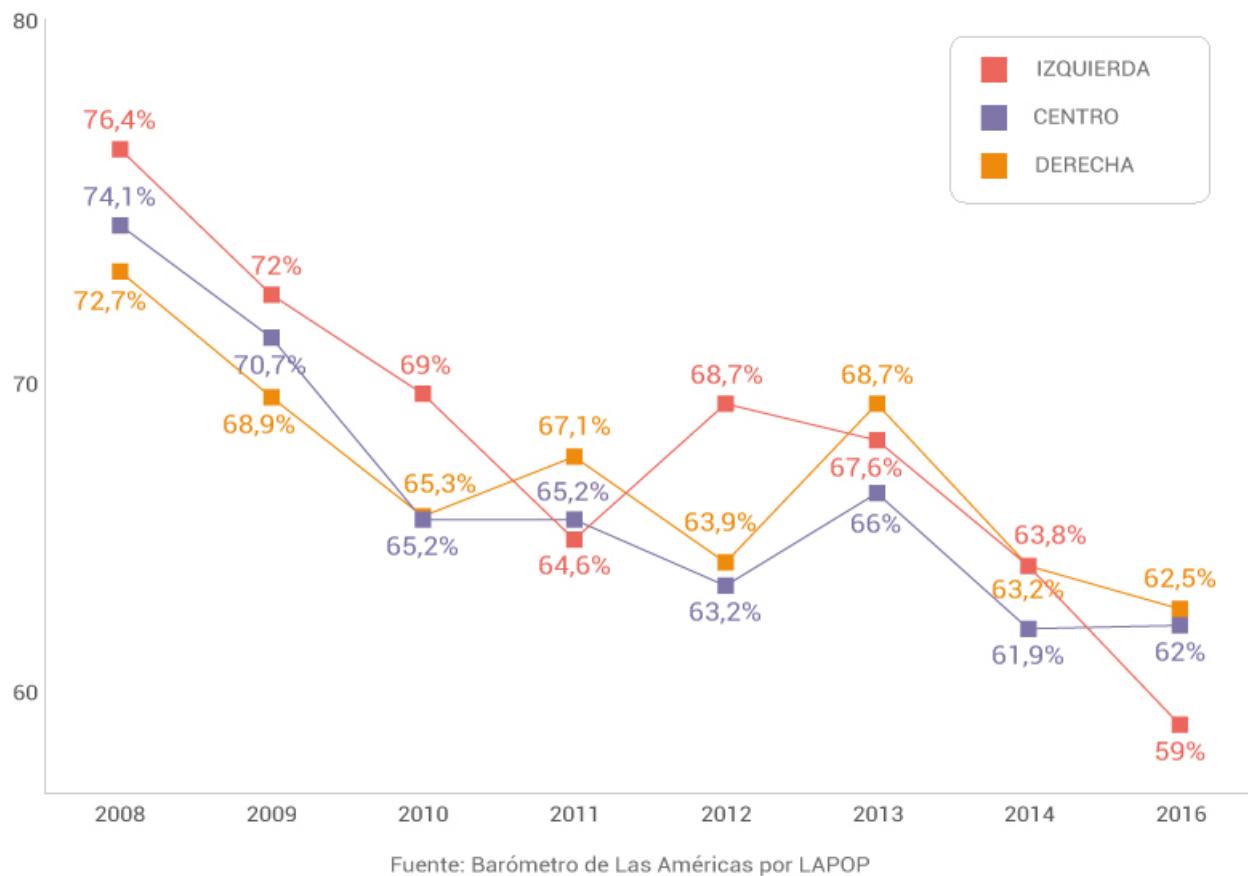
* 95% Intervalo de confianza (Efecto de diseño incorporado)

Fuente: Barómetro de Las Américas por LAPOP

Estos gráficos presentan los principales rasgos de la identificación ideológica política del país que encontró la Muestra Nacional realizada por el Observatorio de la Democracia de la Universidad de los Andes.

Incluso entre quienes tienen una filiación partidista se ubican en una posición ideológica cercana al centro del espectro ideológico izquierda derecha. Las diferencias más marcadas se dan entre las personas sin identidad partidista, que se ubican más a la izquierda, y entre los militantes del partido de la U, quienes se ubican más a la derecha. Paradójicamente, no existe una diferencia en la postura ideológica entre los “uribistas” y los “no uribistas”; unos y otros se ubican cerca del centro ideológico.

Porcentaje de acuerdo con un mayor papel del Estado
en la dimensión económica 2008 - 2016



Lo que polariza la opinión de los colombianos no es la ideología, sino el campo político donde se ubican los ciudadanos (uribismo vs. no uribismo). Como se evidencia en las gráficas anteriores, las opiniones de los “izquierdistas”, “centristas” y “derekistas”, sobre un mayor papel del Estado en la economía, no son muy divergentes. Incluso en 2014 el mismo porcentaje de ciudadanos de izquierda y de derecha estuvo de acuerdo con un Estado más presente en asuntos económicos. En cambio, las opiniones de “uribistas” y “no uribistas” sobre una mayor presencia del Estado en la economía se han alejado desde 2012. Por tanto, lo que genera a la polarización en Colombia no son las posturas ideológicas sino las disputas entre los liderazgos políticos.

Lo que dicen las búsquedas en Google

Esta gráfica presenta una comparación del comportamiento del volumen de búsquedas sobre las posturas o calificativos ideológicos uribismo, castrochavismo y centro político según interés de búsqueda de los usuarios de Google para el periodo del 11 de marzo al 9 de abril pasados.

Las búsquedas se miden en una escala numérica de 0 a 100, donde un valor de 100 indica la popularidad máxima de un término, mientras que 50 indica que un término es la mitad de popular en relación con el valor máximo, y 0 se refiere a que no había suficientes datos del término. El 100 se define en función del término más popular de la comparación. En este periodo analizado, ese es el caso del término *castrochavismo*, posiblemente impulsado porque ha sido un tema recurrente en la campaña electoral.

Los picos de búsquedas del castrochavismo de finales de marzo coinciden con las

acusaciones mutuas que los dos candidatos que lideran las encuestas de intención de voto, Iván Duque y Gustavo Petro, se lanzaron sobre ser “castrochavista de derecha” y “castrochavista de izquierda”, respectivamente.

Además, el término *castrochavismo* alcanzó su máximo pico de búsqueda el 11 de marzo, día de las elecciones legislativas y de las consultas interpartidistas de izquierda y derecha.

Las búsquedas de los términos *uribismo* y *centro político* se comportaron de manera similar en el periodo analizado, con un nivel significativamente más bajo en comparación con el castrochavismo.

* Seleccione la semana que quiere consultar



Semana