

DEMOCRACIA Y DERECHOS HUMANOS

POLARIZACIÓN EN EL PAÍS DE LOS CONSENSOS

Política y redes sociales en Uruguay

Coordinación: Iván Schuliaquer

Equipo de investigación: Federico Beltramelli, Jimena Torres
Alvarez, Verónica Israel Turim y Federico Barreto

Investigadores externos: Natalia Aruguete y Ernesto Calvo

Mayo 2023



¿La polarización política llegó para quedarse? ¿De qué forma el modelo consensuado y amortiguador uruguayo se enfrenta a lógicas y acciones polarizantes? ¿Cuál es el grado de ruptura entre la práctica política tradicional y la batalla en las redes? ¿Cuánto incide en el clima institucional y qué consecuencias tiene para la democracia?



Este estudio cartografía las redes sociales de los dirigentes políticos uruguayos. Desde ahí, muestra la distancia cada vez mayor entre oficialismo y oposición, quiénes son las figuras más destacadas y jerarquizadas dentro de cada espacio, así como el peso creciente de dirigentes que ganan notoriedad a partir de atacar la legitimidad de sus rivales. Este trabajo exhibe también la centralidad que siguen teniendo los partidos políticos y los medios tradicionales sobre el debate público en Uruguay.

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**
URUGUAY

Índice

1.	INTRODUCCIÓN	2
2.	INDAGAR EN LA POLARIZACIÓN POLÍTICA Y LAS REDES EN URUGUAY	4
2.1	El mapa de las redes de la política uruguaya.....	7
3.	EL REFERÉNDUM SOBRE LA LUC Y SUS NARRATIVAS DIFERENCIADAS	9
4.	¿UNA NUEVA ESCENA PÚBLICA EN URUGUAY?	16
5.	CÓMO CONTINUAR ESTUDIANDO LA POLARIZACIÓN POLÍTICA EN URUGUAY	18
	Referencias bibliográficas.....	19

1

INTRODUCCIÓN

Uruguay enfrenta una tensión inédita. Por un lado, ha sido reconocido históricamente como un país de consensos, o como una «sociedad amortiguadora» (Real de Azúa, 1984), porque las disputas políticas no llegan a los extremos y, finalmente, los actores se sientan a la mesa y negocian y/o consensúan. Por otro lado, no escapa a los fenómenos de polarización política que caracterizan la escena contemporánea mundial, una dinámica creciente en gran parte de los países (Mason, 2015), aunque para 2021 Uruguay era el país menos polarizado del planeta (V-Dem).¹ En ese marco, es pertinente preguntarse de qué manera se desarrolla en Uruguay la tensión entre las corrientes contradictorias de la tradición nacional de los consensos y la tendencia transnacional a la polarización política.

Distintos autores coinciden en que cierto grado de polarización hace a la buena salud de la democracia, en tanto permite marcar diferencias entre los distintos partidos y proyectos políticos. Por lo tanto, que exista pluralidad de expresiones que no representen lo mismo. Sin embargo, también hay cierto consenso en que una escena pública altamente polarizada no es saludable. Esto dificulta debates profundos, acuerdos de mediano y largo plazo, genera extrañamiento y un distanciamiento cada vez mayor respecto a los que no comparten las ideas propias y, en los casos más extremos, les quita legitimidad a los adversarios políticos. En definitiva, mina la democracia.

La masificación de las redes sociales incidió de manera radical en las formas de intervenir y participar en el espacio público. Si bien la tendencia a agruparse entre personas que comparten historia, identidad e ideología similar no es novedosa para la historia de la humanidad, las redes sociales refuerzan la endogamia así como la creación de comunidades donde se evita escuchar discursos que contradigan las creencias previas. Esto genera un mayor extrañamiento ante los que no pertenecen al mismo grupo que uno.

Así, la visión de algunos a inicios de los 2000 que suponía que internet traería consigo la democratización de la palabra, una pluralización de aquellos que pueden hacer escuchar su voz públicamente y, por consiguiente, una sociedad más igualitaria, informada y tolerante se chocó con fenómenos que aparecieron de manera clara en los últimos años. En distintas partes del mundo se observa una creciente masividad

de movimientos políticos autoritarios que encuentran en las redes sociales un espacio propicio para comunicarse, articularse y correr los márgenes de lo decible y pensable políticamente en contextos democráticos. No es casual que del optimismo inicial se haya pasado al pesimismo actual: hoy son varios los autores que se preguntan si, en definitiva, las redes sociales no erosionan la posibilidad de vivir juntos y ponen en peligro a la democracia.

Con base en un trabajo empírico que problematiza parte de estas cuestiones, este texto se propone indagar en un laboratorio privilegiado: el del uso de las redes sociales de los políticos uruguayos, con el objetivo de mostrar algunas de las novedades en la política y en la comunicación contemporáneas.

A partir de aquí, presentamos el mapa de las redes sociales de los dirigentes políticos uruguayos. Particularmente, nos detendremos a estudiar las formas en que se relacionan e interactúan entre sí en la red social Twitter y las consecuencias que eso tiene en el debate público y en la polarización política.

Los resultados de la investigación que aquí presentamos exhiben que **entre las elites político-institucionales uruguayas hay un quiebre claro en un mapa que está dividido en dos y cortado a la mitad**. De manera clara y sin excepciones. De un lado quedaron quienes pertenecen a la gobernante Coalición Multicolor (encabezada por el Partido Nacional y de la que forman parte los partidos Colorado, Cabildo Abierto, De la Gente e Independiente) y del otro lado los miembros de la oposición del Frente Amplio. Casi como un reflejo, **en la red social aparece una división que coincide con la del sistema político y el sistema partidario y muestra la centralidad articuladora que sigue teniendo la organización institucional en la política uruguaya**. Sin embargo, la marcada falta de conexión entre oficialismo y oposición en una de las arenas públicas clave donde se da el debate público muestra también que el presente se caracteriza por menos mesas compartidas. Es decir, la topología de las redes presenta menos instancias de intercambio y, por lo tanto, implica mayor extrañamiento respecto a los adversarios, un aspecto clave para que aumente la polarización política (Schuliaquer y Vommaro, 2020; Terren y Borge, 2021). Un punto que se ha relevado en distintos países y en el que Uruguay no es una excepción.

Por lo tanto, **la estructuración de las redes sociales va a contramano de otros escenarios donde se desarrolla el**

¹ www.v-dem.net

debate público. En Uruguay las mesas compartidas entre diferentes posiciones político-partidarias son habituales. Tanto en espacios institucionales o de la sociedad civil como incluso en los medios masivos, que en Uruguay se han caracterizado en las dos primeras décadas del siglo XXI —a diferencia de otros países de la región— por su pluralismo interno y por la posibilidad, más allá de sus líneas editoriales, de escuchar distintas posiciones políticas en un mismo espacio (Schuliaquer, 2019). **En definitiva, nuestro estudio muestra que, aun en un país de consensos, el mapa de las redes sociales de las elites político-institucionales rompe con el paisaje habitual del debate público uruguayo y genera más extrañamiento entre los actores políticos. Esto, por supuesto, incide en la polarización política.**

Esta cuestión será luego profundizada en este mismo documento con elementos que surgen del estudio de un caso puntual: el referéndum sobre la Ley de Urgente Consideración (LUC), una instancia necesariamente polarizante en tanto enfrenta al electorado a dos opciones mutuamente excluyentes. Fue una situación excepcional, que implicó una votación a mitad de mandato presidencial. Se trató de un evento clave de la política uruguaya contemporánea que separó también al sector oficialista y al opositor. A la vez, tuvo una diferencia sensible en la experiencia comparada con otros países, ya que los distintos actores compartieron varios espacios de debate, con un rol saliente y definido de las instituciones de medios tradicionales.

¿Qué novedades traen las redes sociales para la política uruguaya? ¿Qué vínculos establecen los dirigentes entre sí y de qué manera interactúan públicamente? ¿Qué de eso es premiado y/o castigado por la política institucional? **¿Cómo inciden en la polarización política las redes sociales, los medios tradicionales y la política institucional? ¿Cómo incide eso en el debate en la escena pública? ¿Hay actores que sacan más rédito de este tipo de dinámica comunicacional?** ¿De qué manera? El estudio que presentamos busca ser un aporte para reflexionar sobre esas preguntas y acerca de la política y la comunicación en el presente.

Uruguay es un país con una alta actividad digital en términos relativos, pero modesta en valores absolutos, resultado de una población de alrededor de 3,5 millones de habitantes. La tasa de penetración de las redes sociales es alta, con 3,15 millones de usuarios que representan cerca del 90%

de la población. Twitter es la sexta red social más utilizada, con una penetración de 575.000 usuarios, equivalente al 18,2% del total de usuarios (Levy, 2022).

Antes de continuar, explicitamos algo que puede resultar obvio: a la hora de hablar de redes sociales conviene evitar dos extremos que podemos presentar de forma caricatural. El primero, el que supone que toda la política y la comunicación hoy pasan por ellas y que no hay espacio que no haya sido radicalmente modificado por las redes, el verdadero y defensorio centro de la sociedad contemporánea. El segundo, el de creer que hay una vida real y otra virtual, que considera que todo aquello que pasa en redes allí se queda, como si pudiera escindirse una vida material de una inmaterial, casi mentirosa y secundaria. Las redes sociales son espirales constitutivas del mundo contemporáneo, de manera que no hay forma de separarlas de nuestra propia vida compartida. Sin embargo, su protagonismo no es exclusivo, sino que se solapa, imbrica e interactúa con otros espacios y entornos que inciden y definen tanto a la sociedad como a aquello que llamamos realidad.

2

INDAGAR EN LA POLARIZACIÓN POLÍTICA Y LAS REDES EN URUGUAY

Quienes estudian las redes sociales y la política constatan que la polarización política es un fenómeno creciente a nivel mundial. Aquí nos preguntamos: ¿cómo se da esto en un país tradicionalmente no polarizado? Para ello nos focalizamos en la configuración del mapa de las redes sociales de la elite política uruguaya.

En la sociedad amortiguadora (Real de Azúa, 1984), donde siempre están las mesas de negociación y una cultura del consenso, donde izquierda y derecha ven al acuerdo como un valor, acusar a otro político de querer ir en contra del consenso es acusarlo de incumplir una norma valorada, considerada básica y ampliamente compartida. En ese marco, las preguntas que aparecen son: **¿hay polarización en Uruguay? ¿Quiénes son sus responsables y qué ganan con eso?** A partir también de la experiencia comparada, pondremos que esta cuestión se define en la articulación entre una tríada de espacios: la política institucional, las instituciones de medios tradicionales y las redes sociales. Estos tres espacios se influyen mutuamente entre sí y terminan trazando el estado de la cuestión de la polarización del debate público. Eso toma distintas formas según el país y aquí nos interesa saber cómo se da en Uruguay.

Distintos autores han mostrado que en la actualidad la polarización afectiva en torno a los partidos es tan fuerte como fue, por ejemplo, en otros momentos la racial (Iyengar y Westwood, 2015). Y cuestiones que hoy no están del todo habilitadas socialmente para decir en términos raciales o de clase sí se habilitan cuando esas etiquetas se usan para descalificar al rival partidario. Esto surge y aparece en un momento en que asistimos a una crisis, a esta altura ya prolongada, del modelo de verdad que surgió pos Segunda Guerra Mundial (Waisbord, 2018): un modelo que había colocado a la verdad científica en el centro como «la verdad». Por supuesto, la verdad siempre había sido un acuerdo intersubjetivo, consensual, nunca fue aceptada por todos. Pero, como dice Waisbord (2018), en el mundo actual esa verdad es menos dominante que antes y muchas veces se presenta solo como una de las opciones posibles.

Durante el siglo xx, gran parte de los hechos centrales de la política y lo que llamamos *agenda pública* eran consagrados por los medios informativos y el periodismo, que terminaban rubricando gran parte de lo que se aceptaba como verdad. Esto también fue así en América Latina, pese a que en la región la neutralidad y la rigurosidad informativa no fueron

históricamente un gran negocio para los medios (Waisbord, 2020). De hecho, parte fundamental de su crecimiento como empresas se basó en vínculos cercanos a ciertos gobiernos y al Estado.

El mundo actual es diferente: varios grupos ya no comparten epistemologías (Waisbord, 2018) y tienden a circular en redes donde siempre son mayoría y evitan la disonancia cognitiva (Calvo y Aruguete, 2020). Esto responde a la propia estructura de las redes sociales, tanto por lo que las personas mismas eligen a partir de sus afinidades, vínculos e ideología como por lo que la propia red va reforzando como dinámica en torno a los gustos y sus algoritmos, bajo la máxima de sostener la atención en base a experiencias que aumenten el *engagement* de los usuarios. En ese marco, el mundo de las redes sociales es un ámbito más propenso a la polarización y al extrañamiento respecto al otro. Por lo tanto, una pregunta central es cómo se hace para sostener escenas compartidas con otros actores que no piensan de la misma manera.

Para este estado de situación confluyen fenómenos políticos y comunicacionales a la vez (Waisbord, 2020). **Si se pensara que son solo las redes, se perdería de vista que las elites políticas y la política institucional, con diferencias entre los países, también fomentan parte de esta radicalización y extrañamiento ante el otro político.** Y esto tiene su racionalidad, ya que se hace bajo el precepto de que eso funciona y rinde políticamente. Hay estudios, de todas maneras, que muestran que las diferencias en la polarización entre audiencias *online* y *offline* hoy no son tan significativas (Fletcher et al., 2019). Por tanto, suponer que la división política y la separación respecto al otro es un fenómeno únicamente *online* es una descripción errada.

A la vez, este no es un fenómeno que emergió cuando se masificaron los medios digitales y las redes sociales. De hecho, en varios casos sudamericanos puede verse que esa expansión llegó después de una partidización de los medios (Schuliaquer y Vommaro, 2020). Si bien las redes tienden a polarizar, a que las personas estén con otras que piensan más o menos como ellas y con mapas que se van retroalimentando en esa homofilia, su dinámica no es la misma en todos lados. Por tanto, está situada. Hay países con escenas mediáticas divididas, donde los actores políticos que son adversarios ya circulaban previamente por espacios claramente diferenciados, donde la información estaba mucho más claramente segmentada.

Desde siempre resultó imposible distinguir totalmente a los hechos de las interpretaciones, pero al menos parecía que varios actores estaban de acuerdo en parte importante de la agenda central de los hechos, más allá de sus diferencias marcadas respecto a las interpretaciones. En los países que ya contaban con escenas mediáticas divididas, las agendas de hechos están muy fuertemente disociadas, no se comparten. Esto marca un fuerte quiebre con otros casos en que la agenda informativa no tuvo esa ruptura y en los que son las redes sociales las que aparecen como movilizadoras de la novedad de la polarización política. Aquí es donde puede colocarse el caso uruguayo.

Pensar en política institucional, instituciones tradicionales de medios (lo cual incluye no solo a los medios tradicionales en sí, sino también sus sitios web, sus cuentas en redes sociales, sus producciones variadas que circulan por el espacio digital) y redes sociales permite pensar en el papel que juegan en la polarización y en hasta qué punto son espacios que la fomentan o la amortiguan.

A la vez, **parte del poder fundamental de las redes sociales radica en que son utilizadas por varios actores como brújula o sonda para definir su acción política.**

Las redes no son toda la realidad, pero son parte de ella y de su construcción. En ese contexto, los dirigentes políticos las usan como un dispositivo para indagar qué están pensando las personas y cuáles son las tendencias en la sociedad. Por lo tanto, sus posteos, qué repercusión tienen, cómo interactúan distintos actores y sus colegas, tanto oficialistas como opositores, y qué se supone que es premiado o castigado dentro y desde la política ante esos tipos de participación pública inciden no solo en sus prácticas en redes, sino también en su acción política en general.

En el caso uruguayo, las disputas durante los gobiernos del Frente Amplio con las principales empresas mediáticas nacionales fueron de baja intensidad (Schuliaquer, 2023). ¿En qué sentido? Tanto Tabaré Vázquez como José Mujica, en línea coherente con la historia de su partido, problematizaron públicamente a parte de los medios de mayor audiencia del país como parte de un sector conservador, opositor y/o cercano al bipartidismo tradicional. Por lo tanto, como actores con una ideología confrontada a la suya. No obstante, eso no se tradujo en una ruptura con la historia reciente de los vínculos entre medios y política ni de las reglas informales de sus relaciones. En ese sentido, no es casual que los dos presidentes de la República que tuvo el Frente Amplio eligieran a esas instituciones de medios tradicionales como un espacio predilecto para intervenir públicamente.

Aunque varias políticas de comunicación de esos gobiernos se distinguieron de la dinámica histórica previa, ellas no afectaron tan directa y materialmente los intereses de esos actores mediáticos y sus posiciones ya establecidas en ese campo. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (sancionada en 2014) significó un hito en ese trayecto, a contramano de la práctica histórica de políticas de medios que no pasaban por el Parlamento y se tramitaban en reuniones cerradas. Sin embargo, la demora y falta de avance en su aplicación hizo que la ley no modificara sensiblemente ese panorama.

Dicho esto, cabe señalar que la apuesta por fortalecer aún más a Antel y el hecho de no haber facilitado la entrada de los grandes nacionales e internacionales al negocio de internet hogareño fue, sin dudas, la principal política de comunicación (Beltramelli, 2019). Si bien la tradición de la empresa pública de telecomunicaciones no comenzó en ese momento, sí fue disruptivo que ante la apertura de una nueva industria comunicacional los que siempre habían sido beneficiados por políticas discrecionales no fueran especialmente apoyados (Schuliaquer, 2017).

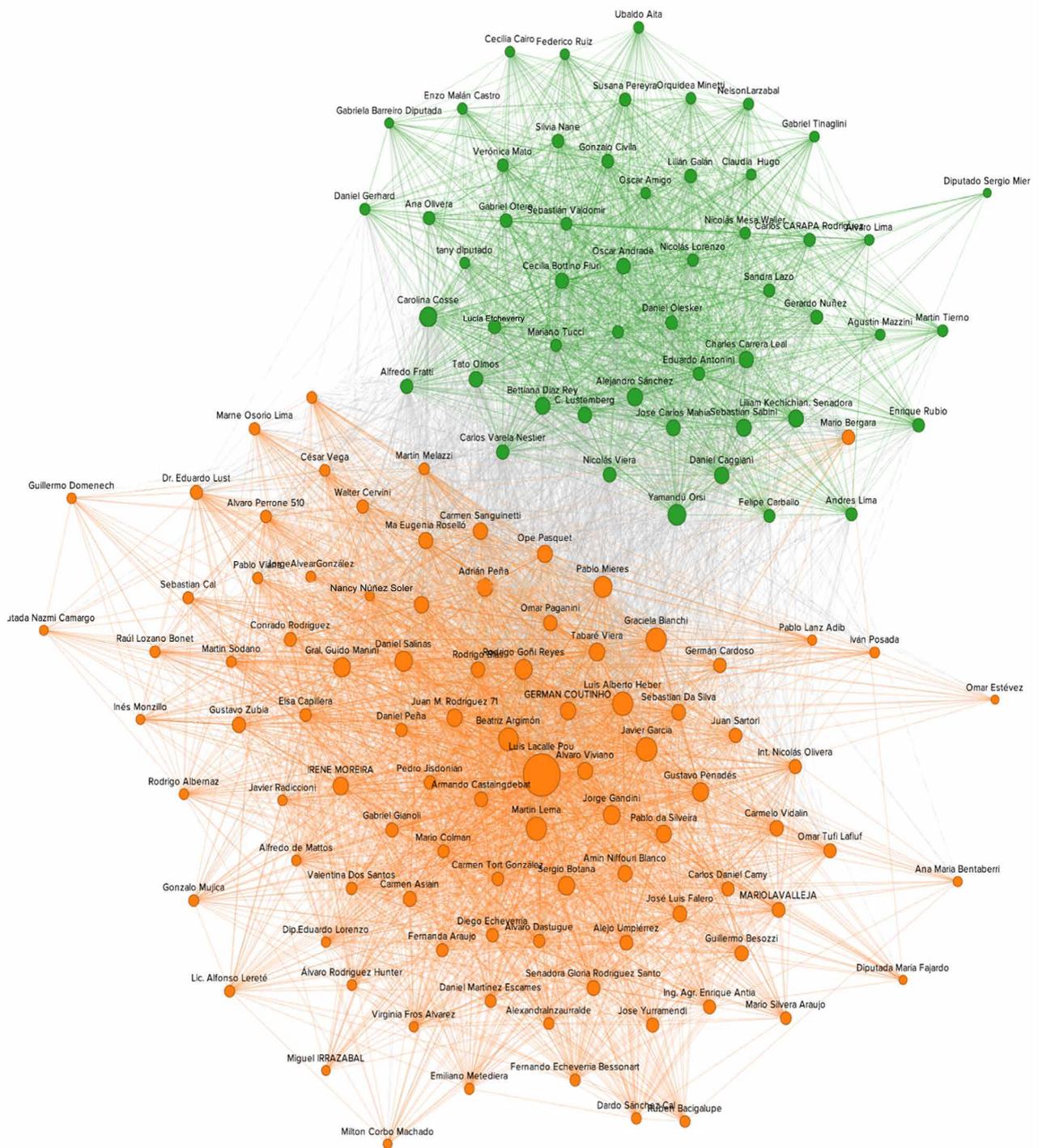
Sin embargo, las políticas de acomodación y las buenas relaciones entre la cúpula dirigente de los gobiernos frenteamplistas y los grandes grupos mediáticos se mantuvieron: ninguno tuvo incentivos suficientes para cambiar las reglas de juego. Por lo tanto, en líneas generales, el giro a la izquierda uruguayo no significó, como sí pasó en otros casos como Argentina, Ecuador, Bolivia y Venezuela, una ruptura de los vínculos previos entre medios y política. En ese contexto, los medios fueron escenarios de la disputa política antes que protagonistas.

En el año 2019 comenzaron a exhibirse ciertas fisuras, de manera que la pregunta de si la polarización política también llegó a Uruguay empezó a tener mayor actualidad.

Entre las novedades del panorama político uruguayo que aparecieron en el año electoral, y desde entonces fueron consagradas, podemos nombrar dos principales: una referida a la emergencia de un nuevo partido político y otra referida a que ciertas figuras consagradas por la política institucional tienen una participación pública que, lejos de fomentar una escena deliberativa, apuestan por la enemistad con el rival político al punto de quitarle su legitimidad democrática.

El partido político nuevo, Cabillo Abierto, surge de un sector militar, ubicado a la derecha del espectro político. Actor que no solo obtuvo un porcentaje considerable de votos en 2019, y disruptivo respecto de la historia del país —al menos como opción electoral exitosa—, sino que, además, forma parte plena del gobierno, como uno de los tres socios principales de la Coalición Multicolor. Por lo tanto, como un actor legitimado. Junto con eso también empiezan a consagrarse figuras, pertenecientes a los partidos tradicionales, cuya centralidad y preeminencia en el debate público aparecen de la mano de minar la reputación de los adversarios políticos y de arrasar debates inconvenientes, rompiendo los intercambios de tono argumental. A la vez, son figuras con jerarquización institucional que participan en redes siguiendo una lógica ya naturalizada en los debates de otros países, un tipo de discurso hasta ahora menos presente en Uruguay, que implica sacar al otro del debate arruinando su reputación y presentándolo como actor ilegítimo. Algo que ciertamente era más minoritario y marginal en el Uruguay de los años previos. Ahí se puede pensar que las novedades uruguayas van en línea con lo que se ve en América en tiempos recientes, por ejemplo, en casos como Estados Unidos, Brasil, Argentina y Chile.

Figura 1
El mapa de red de los políticos uruguayos



Fuente: Schuliaquer, Beltramelli, Israel Turim y Micó-Sanz (2022).

2.1 EL MAPA DE LAS REDES DE LA POLÍTICA URUGUAYA

En este trabajo nos preguntamos **qué distancia y qué tipos de interacción política tienen entre sí las elites políticas**. Con la idea de ver el mapa de las redes y la topología de las redes. No alrededor de una sola cuestión en particular, sino sobre la configuración más perdurable —al menos en las coordenadas de 2022— del mapa de vínculos e interacciones entre diferentes actores políticos. Para hacer el estudio tomamos a todo el gabinete nacional, a intendentes/as departamentales, a senadores/as y diputados/as nacionales.

En la figura 1 **vemos un río que separa a los dos grandes sectores políticos confrontados hoy en Uruguay. El mapa de *followers* e interacciones entre las elites político-institucionales uruguayas está cortado a la mitad. De manera clara, y llamativamente sin ninguna excepción,² de un lado quedaron quienes pertenecen a la Coalición Multicolor gobernante y del otro lado los miembros del Frente Amplio**. Casi como un reflejo, en la red social aparece una división que coincide con las del sistema político y el sistema partidario y muestra la centralidad articuladora que sigue teniendo la organización institucional en la política uruguaya.

La estructura de las redes, un lugar central en la disputa por definir la escena pública, muestra un distanciamiento grande entre las coaliciones y una clara tendencia al cierre sobre sí mismas de cada una de ellas. Uruguay, país con una tradición de que los actores se sientan a las mesas a negociar y consensuar, más allá de posiciones políticas confrontadas, se encuentra con una novedad en uno de los ámbitos públicos y políticos clave de la contemporaneidad, donde los puentes de diálogo e intercambio son mucho menos claros que en otros espacios.

El mapa exhibe que la Coalición Multicolor tiene una figura central excluyente: el presidente Luis Lacalle Pou. Es la personalidad de mayor tamaño de toda la red, aunque su ubicación está en el centro de su propia coalición de gobierno, no en el del sistema político en general. Se trata de una red fuertemente jerarquizada y con verticalidad ordenadora en la cuenta del presidente. A la vez, hay otras figuras de tamaño que se destacan por sobre la mayoría de su sector político que, a la vez, son actores con cargos institucionales de peso (como la vicepresidenta Beatriz Argimón y los ministros Luis Alberto Heber y Martín Lema).

Dentro del Frente Amplio hay dos actores que se destacan sobre el resto, en función de su tamaño. Son la intendenta de Montevideo, Carolina Cosse, y el de Canelones, Yamandú Orsi. **La red del Frente Amplio es horizontal, sin liderazgos rutilantes, ya que el tamaño de sus figuras**

más destacadas no es tanto mayor que el del resto. Cosse se muestra más recostada sobre su propio partido, mientras Orsi aparece como la figura frenteamplista más cercana al centro del sistema político, orillando en sus interacciones con la coalición oficialista.

Los actores más importantes en la topología de la red acá explorada son figuras cuyo peso institucional se condice con esa jerarquización. Es decir, su dimensión tiene su representación, y casi su reflejo, en la política institucional. Incluso en el Frente Amplio, con una estructura de red más horizontal, que se condice con la historia del partido político y su trayectoria (Pérez et al., 2022), también se observa que los dos actores más relevantes son los intendentes de los departamentos más populosos del país.

Algunas figuras que se cuentan entre las más relevantes del mapa cumplen con el prototipo del troll: radicalizan los discursos, arrasan los debates y tratan como ilegítimos a sus rivales partidarios. **Se trata de apariciones disruptivas para la sociedad amortiguadora, pero son figuras con un peso institucional relevante**. Por lo tanto, la pregunta no puede focalizarse solo en las redes. También debería ser sobre el papel de la política institucional en la *trollización* del debate público y en el fomento de la polarización.

Por lo tanto, en línea con lo que ha sucedido con otras dimensiones de la vida social uruguaya, y a contramano de dinámicas presentes en la mayoría de los países del mundo, los cargos jerárquicos de la política institucional inciden muy fuertemente en la propia red social y juegan un rol definitorio. Aun en redes que permiten otros tipos de premios y castigos, de lógicas de visibilización y de crecimiento político menos dependientes de esas jerarquías, la institucionalización de las figuras políticas uruguayas pesa fuertemente en las redes sociales.

A la vez, es interesante detenerse en quiénes están más próximos a los contactos con los rivales políticos en base a lo que muestra la figura 1. Cerca de la frontera marcada entre los partidos hay algunos actores cuyas interacciones son más frecuentes, aunque sus formas de vincularse con el otro polo sean muy diferentes. Son puentes con el otro político, pero no se ocupan de la misma forma. Así, del lado del Frente Amplio vemos a Yamandú Orsi muy cerca del centro y de parte de la Coalición Multicolor a Pablo Mieres. En ambos casos expresan sus voluntades centristas, o al menos de diálogo y cercanía con el otro sector político. Es decir, muestran mayor interacción con los adversarios políticos que el resto de la comunidad que integran. Más que una paradoja es una expresión que forma parte de la lógica política: cuando las posiciones políticas entre los dos sectores mayoritarios están claramente divididas, acercarse al centro del sistema político los aleja del centro de su propio partido. Algo que, como mostramos, no se replica en el caso del presidente Lacalle Pou, que está recostado sobre su propia coalición.

Aquí parecieran tensionarse las lógicas entre dos tipos de partidos políticos a los que se ha dedicado la literatura especializada (Panebianco, 1988). Por un lado, la de los partidos burocráticos de masas, en declive en el mundo desde hace

2 Todas las figuras además aparecen con el mismo color, algo que implica que pertenecen a la misma comunidad en interacciones. Hay una sola persona con color disonante respecto a su ubicación en la red y es Mario Bergara, del Frente Amplio. Eso se debe a que, ante el fallecimiento de su madre, aumentó el grado de interacción con el otro sector de la red, que le enviaba mensajes públicos de acompañamiento, lo que generó ese cambio de color.

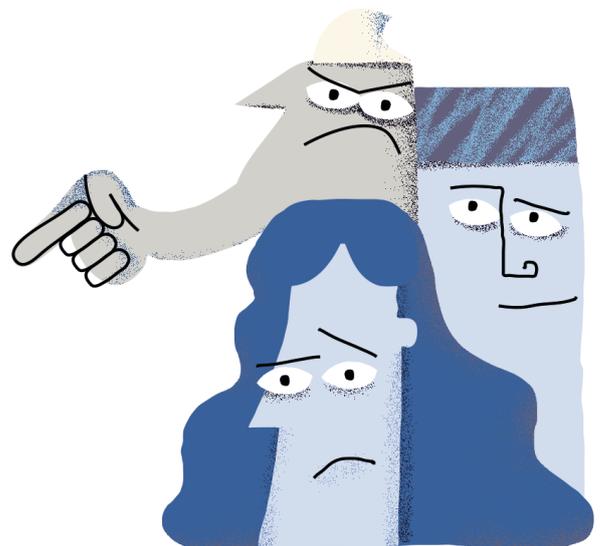
varias décadas, pero con una fuerte persistencia en el caso uruguayo, que se caracterizan por una fuerte base de afiliados y militantes y por una vida interna que organiza muy fuertemente la ideología y el programa, donde resulta clave la trayectoria de sus integrantes dentro del propio partido. Por el otro lado, la de los partidos profesional-electorales, menos claramente identificados ideológicamente, con programas menos explicitados y que dependen menos de una base de afiliados o militantes en busca de electores a los que suponen «más independientes». En ese contexto, el centro a ocupar es el del sistema político más que el del propio partido, que pierde parte de su peso. El crecimiento de los partidos profesional-electorales coincidió históricamente con la centralidad que pasó a ocupar la televisión en la tramitación de la agenda pública. Fueron tiempos marcados por los políticos *catch-all*, o atrapatodo, que buscaban colocarse en el centro político para cautivar a votantes no fuertemente identificados con los partidos. En esos tiempos se suponía que dar bien en televisión y poder interpelar a todos/as era un capital político fundamental. Por entonces, la televisión apostaba por las audiencias lo más amplias posible y uno de los preceptos clave era no ofender a nadie (Waisbord, 2020). En la actualidad, por el contrario, estamos en una etapa en que crecen la nichificación de las audiencias y núcleos políticos intensos. **Esto puede favorecer la polarización que caracteriza a nuestra contemporaneidad, en la que las comunicaciones en las redes sociales tensionan la idea previa de los partidos profesional-electorales.**

Volviendo al centro de la red que exhibimos en la figura 1, también hay interacciones frecuentes con el otro político en redes, pero de otra forma. Ahí aparece Graciela Bianchi, senadora nacional y tercera en la línea de sucesión presidencial, cuyo comportamiento en redes es polarizante e incluye discursos que buscan arrasar el debate, minar la reputación de sus adversarios políticos y poner en duda si son actores políticos legítimos. Por lo tanto, **el centro en las redes no solo se ocupa por moderación, sino también porque la interacción permanente se hace para erosionar la reputación de los otros. Aunque a los actores que radicalizan muchas veces se los señala como extremistas o marginales, el mapa muestra que su lugar no está en los extremos ni en los márgenes. Por el contrario, ese tipo de figuras y sus discursos se colocan en el centro de la discusión pública en redes sociales.**

En línea con parte de la literatura, **en Uruguay vemos una polarización que es más asimétrica hacia la derecha.** ¿En qué sentido? Si bien la polarización implica una marcada distancia entre dos posiciones políticas contrapuestas, no necesariamente los actores juegan el mismo rol para provocarla. Las derechas, en general, perciben su distancia con las izquierdas de manera mucho más pronunciada que lo que sucede al revés y, por lo tanto, su extrañamiento (y polarización) respecto a ellas es mayor (Bale y Kaltwasser, 2021). Al mismo tiempo, la radicalización marcada de las derechas ha puesto en crisis a las derechas *mainstream* a nivel internacional. Y, como muestran Hacker y Pierson (2015), las derechas tienen incentivos en su acción política que hacen más razonable polarizar: un campo de perma-

nente obstrucción y parálisis de la aplicación de políticas públicas, a las que se señala como partidizadas, concuerda con parte de su agenda política. La erosión del poder del Estado en manos del mercado es consecuencia también de esa radicalización. Hacker y Pierson (2015) también señalan que parte de ese escenario se consigue violando normas establecidas sin por ello caer en la ilegalidad. En lo que aquí estudiamos, eso podría referir a correr los horizontes de lo decible y del trato hacia el otro político, rompiendo normas informalmente institucionalizadas sobre el tipo de interacciones públicas aceptadas y asumidas por los distintos actores políticos.

Esta polarización asimétrica hacia la derecha tiene excepciones. Por ejemplo, sería difícil sostener este punto en la Nicaragua actual y en el avance sobre la democracia. Por lo tanto, si bien hay tendencias transnacionales, siempre hay que observar cómo se tramita la cuestión a escala nacional.



3

EL REFERÉNDUM SOBRE LA LUC Y SUS NARRATIVAS DIFERENCIADAS

Ya planteamos la estructuración general de las redes de las y los políticos uruguayos y las persistencias y novedades que eso trae. Sin dudas, hay nuevos dilemas en la política y en la comunicación. En esta sección nos interesa abordar un caso mucho más puntual para observar algunas de las cuestiones planteadas previamente. Esta sección en la que estamos se propone indagar sobre algunas cuestiones que sucedieron en las redes durante la discusión en torno al referéndum sobre la LUC y surge de un trabajo en conjunto con dos referentes de estos temas, Natalia Aruguete y Ernesto Calvo, que realizaron el relevamiento y una primera lectura y escritura del tema.

La LUC legisla sobre muchas y diversas materias a la vez, por lo que entra dentro de la categoría de «leyes ómnibus». Fue anunciada por Lacalle Pou durante la campaña electoral. Aunque sin especificar sus contenidos, el entonces candidato anticipó su voluntad de integrar en un solo proyecto de ley buena parte de las reformas que pretendía impulsar (Rossel y Monestier, 2021). Como su nombre lo indica, los proyectos de ley de urgente consideración tienen como punto central lo acotado de los plazos del tratamiento parlamentario. Si no se trata dentro de esos plazos, se vuelve automáticamente ley. Una vez aprobada la LUC en el Parlamento, una coalición política y social interpuso un recurso de referéndum derogatorio de muchos de los artículos de esa norma. Esto se dio en un contexto sin movilización social, en el marco de la pandemia de covid-19. La primera organización en resolver que recorrería este camino fue la central única de trabajadores PIT-CNT, que convocó además a una Comisión Nacional pro-Referéndum, a la que se sumaron otras organizaciones. Más tarde se integró el Frente Amplio.

Para convocar al referéndum se necesitaba reunir la firma del 25% de las personas habilitadas para votar, un total de 650.000, dentro del año de promulgación de la ley. El 8 de julio de 2021, desde la sede del PIT-CNT, se anunció que se habían juntado más de 700.000 firmas. Lograr esa cantidad fue vivido por la izquierda como una victoria política luego de la derrota en las elecciones en noviembre de 2019. En lo que sigue indagamos cómo se dio el debate en redes sociales sobre el referéndum y de qué manera se articularon las comunidades que apoyaban o se oponían a esa ley.

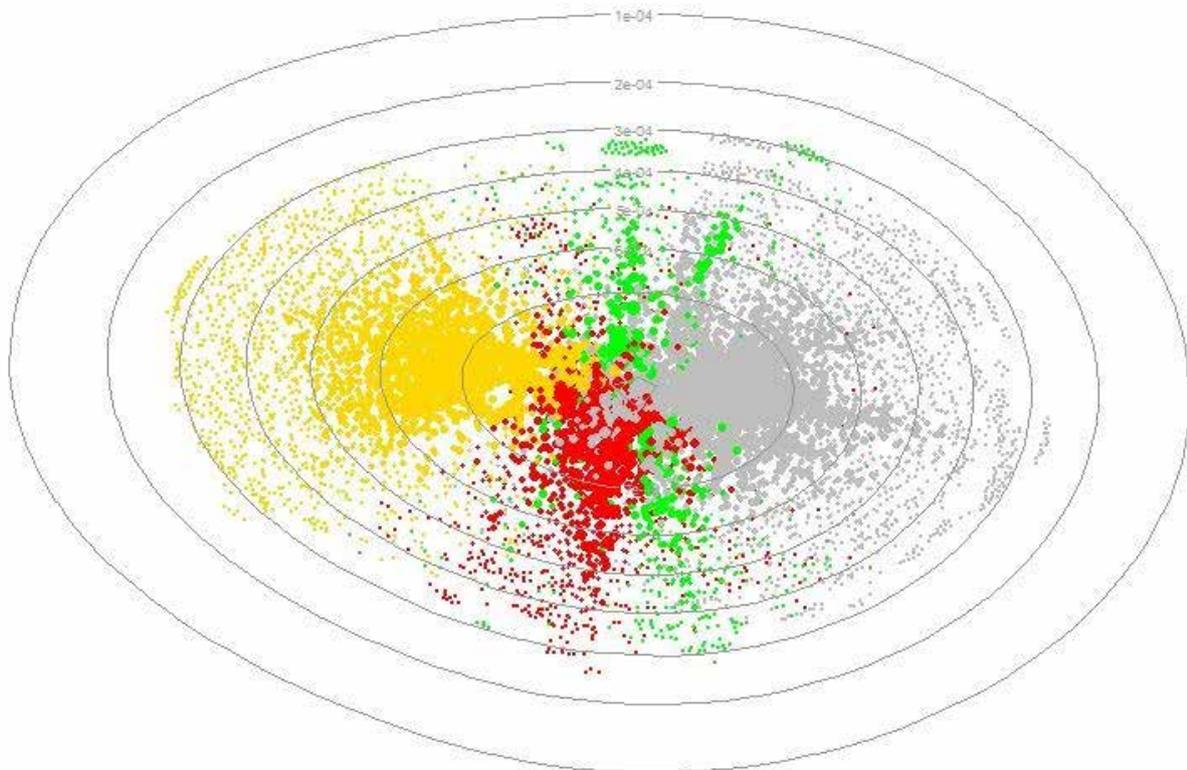
La red política por excelencia en la gran mayoría de los países de América Latina es Twitter. Si bien esta red in-

cluye entre un 6% y 8% de la población en la mayoría de los países de América Latina, más del 80% de los políticos comunican información políticamente relevante a través de Twitter. En Uruguay sucede algo similar, con un conjunto de cuentas políticas que alcanzan una incidencia más amplia en Twitter que la observada para la población general. Twitter de Uruguay tiene una red de alrededor de 300.000 usuarios (un mercado potencial de 575.000 usuarios, según el DataReport, 2022), con un grupo muy activo en política, cuyo núcleo es de alrededor de 11.000 cuentas.³

Entre los principales resultados, se observa una clara discriminación entre dos comunidades. Una identificada como «pro-LUC» y otra como «anti-LUC». Es decir, una distinción entre dos polos alineados de formas divergentes. No casualmente una corresponde al oficialismo de la Coalición Multicolor y otra a la oposición del Frente Amplio, lo cual es coincidente con lo señalado en la sección previa.

³ Es importante describir estos datos de Twitter en Uruguay para poner en contexto voces que a menudo quedan subsumidas por la actividad de usuarios fuera del país. Por ejemplo, en el fin de semana del referéndum sobre la LUC en Uruguay, el 27 de marzo del 2022, casi medio millón de tuits hicieron referencia al referéndum, pero tan solo 15% de dicha información fue originada por IP ubicados dentro de Uruguay. Es más, de los 170.000 tuits en torno al debate sobre el referéndum que fueron parte del núcleo de la discusión, menos de un tercio tuvieron lugar en Uruguay. La consecuencia de este bajo nivel de actividad es que las comunidades primarias conectadas de Uruguay están subrepresentadas en los datos observacionales del evento LUC. Para poder obtener información de alta calidad que nos permita evaluar cómo hablan las redes sociales de la política uruguaya, realizamos una doble toma de datos. En primer lugar, capturamos alrededor de medio millón de tuits relativos al referéndum en la semana del 21 al 28 de marzo de 2022. En un segundo momento, capturamos 352.000 tuits publicados en torno a los miembros del Parlamento, el Poder Ejecutivo y los intendentes durante 2021 y 2022, lo que nos permitió analizar cómo fueron amplificadas los mensajes sobre la LUC por el sistema político uruguayo. Con estos datos identificamos lo que podemos llamar una red política con un total de 11.760 cuentas. Entre estas cuentas, 6.281 son usuarios de alta actividad que expresaron sus mensajes en 170.859 tuits. Estos tuits totales circularon en el período analizado, que se extiende desde la promulgación de la LUC hasta la votación del referéndum en marzo de 2022. Estas 6.281 cuentas integran lo que denominamos la *red primaria conectada*. Es decir, el núcleo de cuentas que estaban relacionadas entre sí y que más presencia y repercusión tuvieron en la red social.

Figura 2

Red primaria conectada de #LUC y principales autoridades

Fuente: Elaboración propia.

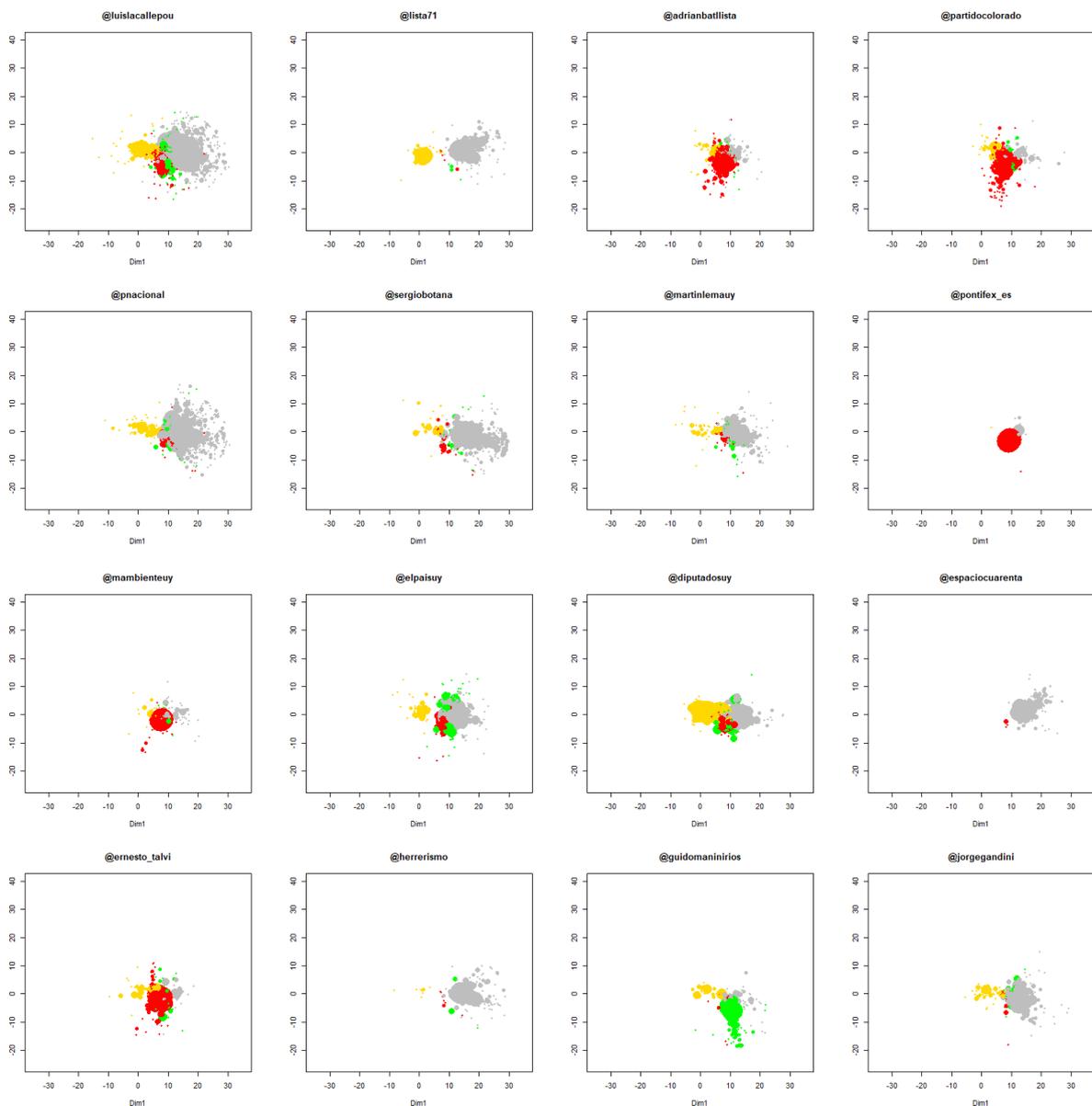
La figura 2 muestra la distribución espacial de los distintos actores, con una aclaración que parece importante realizar: esta parte del tratamiento se hizo identificando los partidos de origen de las figuras político-institucionales. Más allá de que la propia estructura del gobierno actual es la de la Coalición Multicolor, con su diversidad, esto permite indagar algo más sobre las propias distinciones entre los partidos que la componen.

La activación de narrativas alrededor del referéndum de la LUC en Uruguay fue fundamentalmente endogámica. De esa manera, quedaron configuradas distintas comunidades. A la izquierda del espectro ideológico (observado en el eje horizontal), la interacción está acaparada por el Frente Amplio. Representada por la comunidad amarilla, la campaña del Frente Amplio por el referéndum contra la LUC mostró la mayor tasa de activación con una narrativa que lo alejó del resto de las comunidades. Algo que va en línea con haber sido el partido político más involucrado en el impulso de la derogación. Con un nivel menor de mensajes compartidos, las comunidades de usuarios identificadas con el Partido Colorado (comunidad roja), Cabildo Abierto y otros partidos (verde) y el Partido Nacional (comunidad gris), desde el centro de la red hacia la derecha. Las narrativas de la comunidad gris arrastran a la gran burbuja de la derecha hacia el extremo derecho del espectro ideológico. Su distancia respecto al centro muestra también su polarización y que **la separación más marcada durante la discusión sobre la LUC fue entre el Frente Amplio y el Partido Nacional.**

El Frente Amplio es el más distanciado del resto de los actores políticos. Algo esperable, en tanto va en línea con la estructura de las redes que describimos antes en este documento y porque, a la vez, es coherente con que en el período de estudio los otros partidos señalados son parte integrante y constitutiva del actual oficialismo de la Coalición Multicolor. Por lo tanto, **la distinción y composición entre los partidos no pareciera producirse en las redes mismas, sino representar parte central de lo que produjo la propia política institucional. Sin embargo, comparado con otras redes de América Latina, el nivel de discriminación entre las distintas comunidades partidarias es más modesto, lo que indica menores niveles de polarización.**

Entonces, la centralidad de lo institucional (en este caso de los partidos) se sostiene en Uruguay: aun en Twitter, un terreno que se supone especialmente predispuesto a la presencia de *trolls* e *influencers*, son las cuentas institucionales y las de los representantes institucionales aquellas que más ordenan el debate político en torno a un evento clave. Por tanto, parte de las preguntas sobre lo decible en Twitter y el éxito de unos u otros en ese espacio no necesariamente puede autoexplicarse mirando las redes sociales: también incide muy fuertemente aquello que los dirigentes de la política institucional deciden premiar dentro de sus propias estructuras y en sus partidos. Más aún en un país donde vemos la centralidad evidente que siguen teniendo las mediaciones institucionales.

Figura 3
Activación de las principales cuentas en #LUC, centro y derecha



Fuente: Elaboración propia.

En las figuras que siguen indagaremos en las principales cuentas durante los debates en torno a la LUC. Los colores que aparecen permiten mostrar el alcance y las activaciones que esas cuentas destacadas tienen en las distintas comunidades a la hora de intervenir en Twitter.

La figura 3 exhibe las cuentas asociadas que más repercusión generaron en la Coalición Multicolor. Por lo tanto, aunque veremos que las cuentas están en su enorme mayoría asociadas a protagonistas del oficialismo, su presencia no se explica por eso, sino por que generan activación en las comunidades oficialistas. El tamaño de los nodos y la representación por colores refieren a la activación que los tuits de esas cuentas provocan dentro de cada comunidad. Por lo tanto, podemos encontrar distintos colores en una cuenta claramente definida como parte de un partido. Activar

quiere decir que se comparte, y que por eso el contenido aparece en los muros de sus contactos. De modo que cada vez que existe un *like* o retuit se produce una activación. Esto es así, más allá de que cada usuario, por el tipo de configuración personalizada de las redes, ve una combinación distinta de activaciones de contenidos.

Como ya dijimos, el gris es más cercano al Partido Nacional, el verde incluye a Cabildo Abierto junto con otros partidos de menor tamaño del oficialismo, y el rojo corresponde al Partido Colorado. De los gráficos se desprende que la cuenta de @luislalcallepou es la que más reacciones moviliza y que su discurso activa las distintas comunidades, aunque, claramente, su peso es mayor del centro hacia la derecha, en su propia coalición y, más particularmente, en la comunidad de su propio partido. Muy cerca aparece la

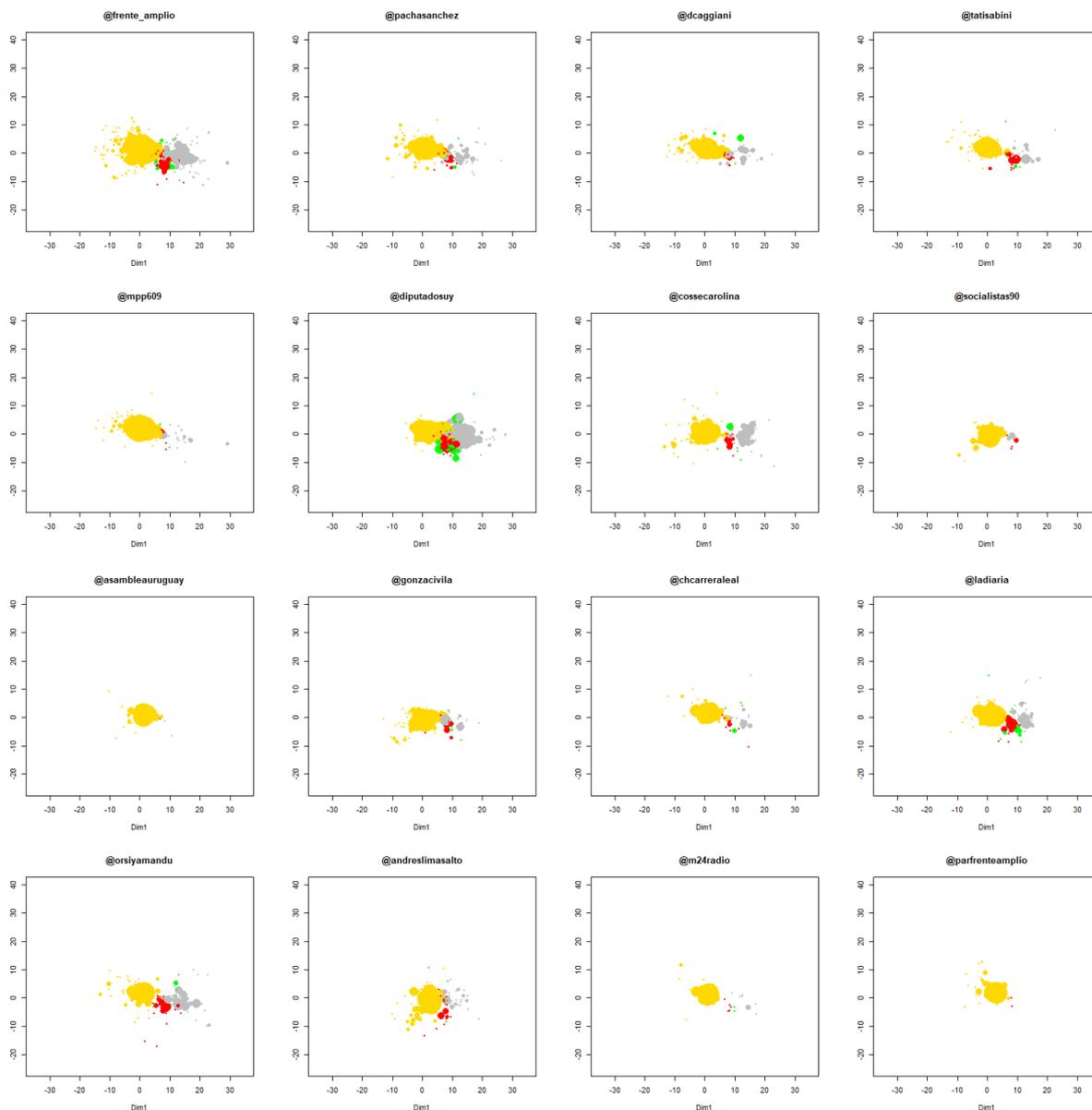
cuenta del @partidonacional, con un grado de activación similar en la comunidad gris, pero con más dificultad para repercutir en la roja y la verde. A la vez, la cuenta de @diputadosuy genera repercusiones en los distintos espacios políticos (y por eso también la veremos en la figura 4). La del medio @elpaisuy genera activación en las distintas comunidades, incluida la oposición, aunque con peso más decisivo en quienes son cercanos al Partido Nacional. Las activaciones sobre ese medio se dan por separado entre oficialismo y oposición respecto de sus lecturas. Es decir, no comparten lo que comparten.

Hay otro grupo de cuentas que son más monocordes: sus repercusiones rara vez salen de su propio color. Eso sucede, por ejemplo, con las cinco cuentas más asociadas al Partido

Colorado en este tiempo, en las que domina el rojo de manera muy pronunciada, sin llegar a generar discusión entre los aliados de su coalición.

También hay otras seis cuentas en las que prima claramente el gris. Es decir, pesan sobre la comunidad dominante del oficialismo. Como vemos, la comunidad del Partido Nacional es la más corrida hacia la derecha del eje durante el debate en torno de la LUC. Tres de ellas pertenecen a sectores políticos: mientras las de @espaciocuarenta y @herrerismo quedaron totalmente recluidas en el gris, la de @lista71 generó repercusiones considerables del lado del Frente Amplio. Es decir, polarizó: activó cuentas del adversario político que, en su rechazo, parecieron dar respuestas unificadas en tanto el amarillo aparece denso y consolidado.

Figura 4
Activación de las principales cuentas en #LUC, centro y derecha



Fuente: Elaboración propia.

Otras dos cuentas que activaron el gris pertenecen a figuras políticas con discursos más institucionales: las de @martinlemauy, ministro de Desarrollo Social, y @jorgegandini, senador por el Partido Nacional. Con un tamaño apenas menor que el del presidente de la República y el de su partido, otra cuenta logró activar fuertemente a la comunidad gris y la radicalizó hacia el eje derecho. Nos referimos a @sergiobotana, senador del Partido Nacional, que logró incidir más fuertemente en parte de la discusión. Por último, la cuenta @guidomaninirios, del líder de Cabildo Abierto, repercutió casi exclusivamente en la comunidad verde y generó más activación en la comunidad opositora que en la de otros partidos del oficialismo.

La figura 4 exhibe que la cuenta oficial del Frente Amplio es la que más repercusión genera en la comunidad amarilla. En línea con lo señalado al principio, observamos que **en Uruguay la institucionalidad pesa mucho más que la personalización, aun en un ámbito como Twitter**, y de manera muy acentuada. Y que **el principal actor a la hora de marcar la narrativa de los impulsores de la derogación de parte de la LUC fue el partido político**. La cuenta del Frente Amplio se muestra menos endogámica que la del Partido Nacional, ya que activa a todo el espectro político, aunque es retuiteada con mucha mayor frecuencia en la comunidad que se identifica con la izquierda política.

El resto de las cuentas pueden dividirse en cuatro grupos: parlamentarios, sectores políticos, intendentes y medios.

Respecto de los parlamentarios, destacan las cuentas de cinco políticos. Todos ellos son menores de 45 años y varones. Cuatro de ellos pertenecen al Movimiento de Participación Popular (MPP): Alejandro Sánchez (@pachasanchez), Sebastián Sabini (@tatisabini), Daniel Caggiani (@DCaggiani) y Charles Carrera Leal (@ChCarreraLeal). El quinto es el socialista Gonzalo Civila (@gonzalocivila). Si bien cada una tiene su particularidad, son cuentas bastante recostadas sobre la comunidad propia, donde el amarillo prima muy claramente. No obstante, generaron cierta activación, y respuesta, en los partidos políticos que estaban contra la derogación.

Las cuentas de los sectores políticos que se destacan se muestran monocordes: la soledad del amarillo es más marcada. Nos referimos a las cuentas del MPP, socialistas, PAR y Asamblea Uruguay. Son sectores políticos que forman parte de un partido más grande. Con lo cual, su activación de los propios no es disonante con el tipo de participación política que se espera de ellos. La del MPP se distingue del resto porque es más grande y abarcadora. Su tamaño es el segundo más grande de la comunidad amarilla luego del Frente Amplio.

También se destacan los tres intendentes del Frente Amplio. Carolina Cosse y Yamandú Orsi, que conducen los dos departamentos más populosos del país, tienen mapas similares: una comunidad amarilla fuerte (algo mayor para Cosse), pero también repercusiones importantes en los distintos colores del oficialismo (algo mayor para Orsi). Los frenteamplistas con los cargos ejecutivos de mayor rango, no obstante, parecen pesar menos en su propia comunidad alrededor de la

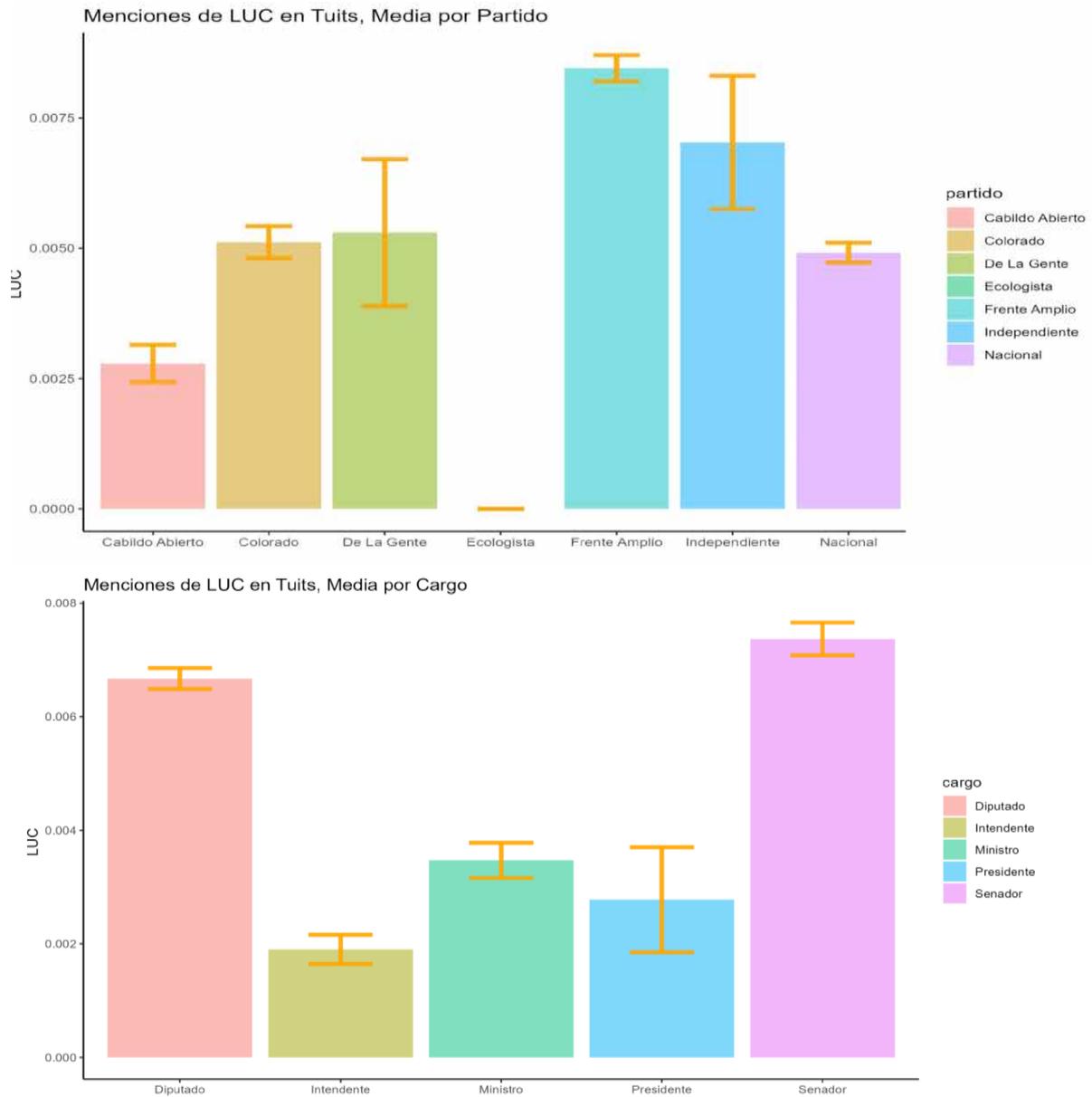
LUC que en la estructura de las redes más general que vimos en la figura 1, algo que probablemente obedezca a la naturaleza del tema que se estaba tratando. Andrés Lima, de Salto, es el otro intendente que aparece: su peso está bastante más recostado sobre la comunidad frenteamplista.

Por último, también hay dos medios que se destacan por su repercusión: la radio *M24*, asociada al MPP, y el diario *La Diaria*. Mientras la radio solo activa a la comunidad amarilla, el diario tiene una presencia sólida en esa comunidad, pero también genera repercusión en las distintas comunidades de la Coalición Multicolor.

En las redes, el Frente Amplio y sus dirigentes quedaron como impulsores casi excluyentes de la derogación de los artículos más controversiales de la LUC. Esto puede relacionarse con que, ante un referéndum, pero también en la política diaria, los partidos políticos combinan una estrategia doble, que muchas veces está en tensión. Por un lado, fortalecer el campo interno del partido propio y su narrativa. Por el otro, salir a disputar en el campo externo, buscando que sus propuestas e ideas persuadan a otros actores y les permitan tener votos de parte de electorados que no son fieles a un solo partido. Es decir, fortalecer a los propios y sumar otras voluntades.



Figura 5
LUC, menciones por partido y por cargo



Fuente: Elaboración propia.

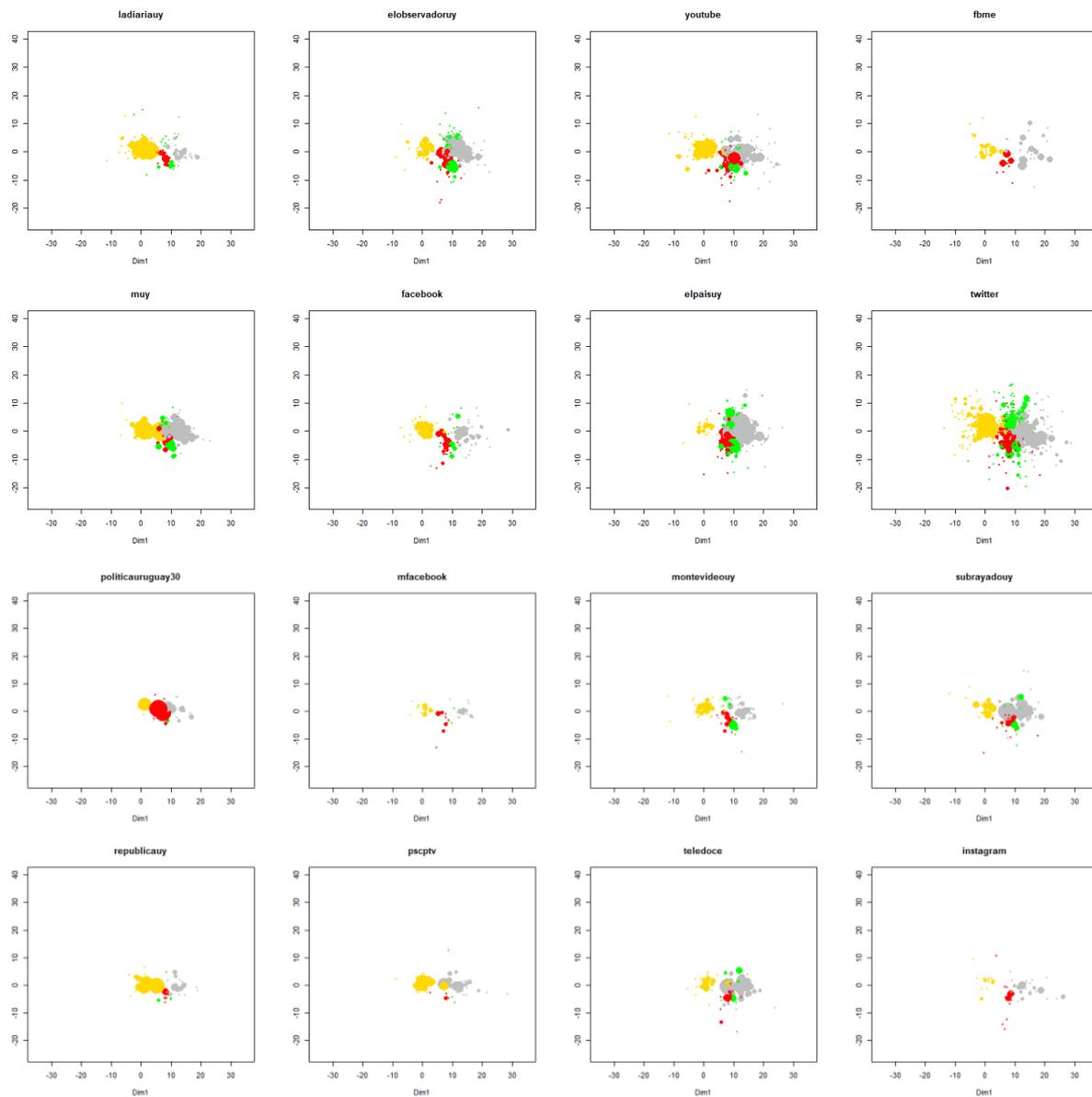
La figura 5 nos permite indagar en las diferencias en la intensidad de la participación entre partidos y según el cargo político de las figuras. Como era de esperarse, hubo una mayor intensidad en la participación de los usuarios del Frente Amplio, el partido que impulsó el referéndum junto con diversas organizaciones y colectivos sociales. En intensidad le sigue el Partido Independiente, mientras que el Partido Colorado y el Nacional muestran una participación algo más baja. Cabildo Abierto fue la fuerza política menos involucrada en el debate en redes sobre el referéndum.

Luego, en lo que respecta a los cargos institucionales, se ve que el debate fue mucho más movilizad por los miembros del ámbito legislativo que por los del ejecutivo, algo que fue consistente en todas las fuerzas políticas y que explica

la centralidad que tuvieron algunos legisladores y el peso relativamente menor, en este caso y comparado con la figura 1, de quienes se desempeñan en cargos ejecutivos.

La figura 6 muestra la activación de hipervínculos en la red política de Twitter en Uruguay. En contraste con gran parte de las redes de otros países de América Latina, existe una baja segregación de medios periodísticos en las distintas comunidades. Esto permite evidenciar y concluir que distintas comunidades consumen los mismos medios. Eso no implica que los medios no sean más cercanos a una u otra comunidad, pero sí que **los medios son espacios de encuentro entre oficialismo y oposición, al punto de que hipervinculan sus notas. Compartir medios implica también compartir parte de la agenda informativa.**

Figura 6
Activación de *links* a medios periodísticos



Fuente: Elaboración propia.

En proporción con el número de cuentas de cada comunidad, se observa un mayor número de hipervínculos del Frente Amplio a *La Diaria*, así como también un mayor número de hipervínculos del oficialismo a *El Observador* y, de manera más marcada, hacia *El País*. Pero **no existen medios de comunicación que sean amplificados solo por una de las comunidades de manera excluyente**. Algo que también se enlaza con que en los medios uruguayos hay pluralismo interno (Schuliaquer, 2019). Es decir, en ellos se expresan distintas voces que pueden interpelar a diferentes comunidades. También, la presencia de las grandes plataformas no distingue en forma marcada a oficialistas y opositores. Esto es una diferencia, por ejemplo, con Brasil y con la asimetría en su uso por la comunidad cercana a Bolsonaro. Tanto Facebook (fbme, mfacebook y facebook) como YouTube tienen

una presencia similar en todas las comunidades. Instagram tiene una presencia digital más pequeña, aún más marcada en el Frente Amplio.

4

¿UNA NUEVA ESCENA PÚBLICA EN URUGUAY?

Entonces, ¿se puede pensar que en Uruguay hay ahora una nueva escena pública? Uruguay se caracterizó y distinguió porque actores diversos participaban de mesas de debate, exponiendo contrapuntos y desacuerdos, pero en un marco de intercambio. Una forma de responder podría ser señalar la tendencia a la fragmentación, la segmentación y la homofilia propia de las redes. Es decir, son espacios donde las personas están con gente que piensa como ellas. Una imagen relativamente similar a lo que podría ser la discusión intrapartidaria y a los debates en los propios locales partidarios o comités de base. Por lo tanto, se puede decir que esta red social se parece a esa lógica histórica, que es aún central en la política uruguaya. Sin embargo, hay diferencias claras porque en las redes la discusión partidaria se hace en simultáneo y en interacción con los rivales políticos y de manera pública. Es más, ciertos actores ganan capital político y notoriedad, que los distingue del resto, a partir de arruinar reputaciones y arrasar temas. Por lo tanto, la presencia de estos actores en Uruguay, que aún no son dominantes, no es algo excepcional, ya que pasa en varios lugares del mundo. No obstante, eso resulta novedoso para el país menos polarizado del planeta.

A la vez, Uruguay tiene un sistema mediático caracterizado por su pluralismo interno. Cuenta con medios, en perspectiva comparada, más equilibrados y menos partidizados que los de los países vecinos (una paradoja porque justamente en Uruguay el origen de los medios gráficos es mayormente partidario). Es decir, sus medios se caracterizan por que dentro de ellos suelen aparecer las voces de los distintos sectores políticos, con ideologías diferentes. Esto no implica negar que los medios tienen sus líneas editoriales, que se expresan en sus notas de opinión, en sus formas de titular, en las maneras de jerarquizar, en temáticas que se omite tratar, entre tantas otras. Tampoco implica pasar por alto que la economía política sesga fuertemente el perfil ideológico de los medios en función de quiénes son sus propietarios y que una tensión permanente en América del Sur es que tras las dictaduras no hubo una democratización de los medios (con la consistente ventaja que tuvieron aquellos que lograron sobrevivir a esos gobiernos autoritarios sobre aquellos que fueron cerrados, perseguidos y/o clausurados). Aun así, el pluralismo interno uruguayo es una diferencia marcada con otros casos sudamericanos donde gran parte de los medios masivos solo consultan a cierto sector del espectro político y no a otro, al que directamente tematizan como adversario. Son sistemas en los que no hay pluralismo, o cuando hay

pluralismo es externo: las distintas voces se expresan, pero a nivel de sistema, no dentro de cada medio.

Esto, a la vez, va en línea con las características generales del sistema mediático nacional uruguayo (Schuliaquer, 2019), que de forma muy resumida se puede explicar a partir de cuatro dimensiones.

La primera dimensión es el peso del Estado en el campo infocomunicacional. A diferencia de lo que pasó en otros países de la región durante los años noventa, en Uruguay el peso relativo del Estado sigue siendo mucho más fuerte porque tuvo un neoliberalismo de baja intensidad. Sobre todo, porque las empresas públicas quedaron en manos del Estado, respondiendo a un movimiento social y político que impidió, en esos años, que Uruguay se sumara a la tendencia que primaba en la región. La empresa nacional de telecomunicaciones, Antel, quedó en manos estatales y hoy es claramente la dominante en telefonía y en servicios de conexión a internet, el gran negocio actual de las comunicaciones, una industria muy redituable que, a la vez, impide que los grandes de los medios tradicionales se queden con ese nuevo negocio. Algo que intentaron en el período de gobiernos del Frente Amplio, siguiendo lógicas de acomodación con el Estado y políticas de comunicación a medida como había sucedido en la historia uruguaya y latinoamericana, pero que no consiguieron (como sí sucedió en otros casos regionales) (Beltramelli, 2018).

La segunda dimensión es la centralidad de la mediación partidaria. En Uruguay se considera que los partidos son los legítimos representantes de la ciudadanía. Las identidades y la competencia política se gestionan, sobre todo, a través de ellos. Existe una centralidad propositiva y generadora de agenda por parte de los partidos. Los elencos gobernantes suelen estar supeditados a definiciones programáticas de estos estamentos políticos que han definido históricamente su geografía política (Alonso Bentos, 2019). Un ejemplo claro fue el de la crisis de 2002: a diferencia de lo que pasó en otros países sudamericanos en ese mismo tiempo histórico, ella no implicó una crisis generalizada del sistema partidario ni la aparición de nuevas fuerzas políticas, sino una crisis de legitimidad del gobernante Partido Colorado.

La tercera dimensión refiere al periodismo político que prima en Uruguay, que es un periodismo de declaración caracterizado por que los periodistas consideran que lo central de su

trabajo es conseguir los testimonios de la política institucional. El vínculo entre políticos y periodistas en los países democráticos siempre está en tensión. E incluye competencia y cooperación, en tanto confluyen y se confrontan diferentes lógicas profesionales y de acción. En el caso uruguayo, la cooperación prima porque los periodistas ganan reputación y cumplen con su trabajo cuando ciertos políticos les dan su declaración. En la práctica, si un actor del gobierno dice algo, lo que se busca para tener un contrapunto es un político de la oposición. La contraparte no son los periodistas, sino los propios políticos. Por lo tanto, los políticos tienen gran capacidad para definir la escena. El periodismo se coloca un escalón debajo de la política institucional. Esto es una diferencia con lo que sucede en otros casos nacionales donde los periodistas consideran su rol más simétrico respecto a los políticos y donde prima una cultura de la sospecha hacia estos y, por lo tanto, una lógica de notoriedad que suele construirse en detrimento de ellos, en lo que varias veces toma el modelo de un periodismo de denuncia.

La cuarta dimensión refiere a la estructuración del mercado mediático. Las industrias mediáticas están claramente concentradas en pocos actores y tienen escasa capacidad de innovación en su oferta de servicios convergentes. Siguen la línea latinoamericana de una tradición privado-comercial y una trayectoria histórica de concentración en contadas manos, aunque no hay un solo gran grupo mediático y el crecimiento de los mercados telecomunicacionales y la imposibilidad de esos grandes grupos mediáticos, al menos hasta hoy, de ser protagonistas en esa nueva industria, donde Antel es el líder de mercado en posesión (hasta ahora) del monopolio de la fibra óptica, erosionaron parte de su poder.

Por lo tanto, **el sistema mediático nacional uruguayo también colaboró para tener una escena que tiende menos a la polarización que en otros casos.** No obstante, hoy son varios los dilemas que plantean los cambios en la política y en las comunicaciones. En un nuevo escenario y en una posible nueva escena pública. Uruguay siempre se caracterizó por una cultura mesocrática. ¿Cuánto de esto sigue? ¿Cuánto no? ¿Cuáles son las novedades? ¿Qué rol juega la política institucional y cuál las instituciones de medios tradicionales? Todavía hoy los medios siguen teniendo un rol de mayor amortiguación que las redes sociales: comparten una agenda de hechos y, con excepciones, evitan la partidización explícita del tratamiento de la información, en un marco de respeto a las diferentes voces institucionales de la

política. No obstante, esto convive con la emergencia y la legitimación de ciertas figuras que son disruptivas para la política uruguaya que tensionan ese esquema. **La topología de la red muestra un quiebre claro entre oficialismo y oposición. Eso tiene implicancias en el corrimiento de lo *decible* públicamente y de lo posible políticamente.** Hasta ahora esas figuras no son numerosas, pero sí están jerarquizadas y ocupan un lugar central en la política institucional del país. No se sabe aún si eso se va a multiplicar, si va a generar retroalimentación y un tipo de representatividad política solventada en ese lugar —como ha pasado en distintos países en los últimos años—, o si es un fenómeno que pasará o reducirá su peso. Sin embargo, esto va en línea con una lógica transnacional: **las redes premian a los actores que radicalizan y esto también se ve en Uruguay.**

En los debates sobre las redes, su influencia y su peso aún no se ha saldado la discusión acerca de cuánto de lo que vemos en Twitter se replica, incide e influye en otros espacios, y cuánto no. Lo que sí queda claro es que en cada país se configura de maneras distintas. ¿Hasta qué punto las lógicas de premiación de las redes también se dan y son validadas en la política institucional, en los medios tradicionales y en el periodismo? **En Uruguay, aún es la política institucional la principal dadora de jerarquías en el debate público.** Incluso en redes, como vimos en el mapa de interacciones y vínculos de los dirigentes. Sin embargo, esa política institucional puede incentivar o desincentivar a ciertos actores a optar por ciertas estrategias y premiarlos por el ruido que generan, por la manera en que inciden en la agenda pública, por los seguidores que tienen y por su radicalización. Y esto se puede hacer rompiendo un esquema de prácticas y normas informales respecto a la manera en que se daban las discusiones públicas entre oficialismo y oposición. Hasta ahora son fenómenos que no llegan a ser dominantes en el campo político ni en el de los medios, aunque su peso dentro del debate público crece y se naturaliza. Más aún, **que figuras muy jerarquizadas de la política participen en el espacio público a partir de minar la reputación del otro, sostener discursos no basados en hechos y desconocer cualquier legitimidad al adversario político implica probablemente una nueva institucionalización informal de reglas en los vínculos entre los diferentes partidos.** En ese sentido, vemos emergentes cuyo peso marca una diferencia con el período anterior y varios dilemas que se plantean hacia el futuro de la democracia uruguaya.

5

CÓMO CONTINUAR ESTUDIANDO LA POLARIZACIÓN POLÍTICA EN URUGUAY

Esta investigación comporta una segunda línea de estudio que se espera realizar en una siguiente etapa. Esa línea es, aunque más analógica, más original y demandante respecto a lo que han sido hasta hoy los estudios de polarización política, medios y redes sociales. En concreto, refiere a un estudio basado en entrevistas semidirigidas con cuadros políticos fundamentales de la política nacional uruguaya, a los efectos de indagar sobre su percepción de la polarización política y su vínculo con redes y medios de comunicación en Uruguay. Se prevé la realización de una treintena de entrevistas en profundidad con dirigentes políticos del oficialismo y de la oposición: líderes partidarios/as, ministras/os, intendentas/es, parlamentarios/as, entre otros. Eso permitirá tener un panorama mucho más claro del avance, o no, del fenómeno de la polarización política en Uruguay y de su vínculo con los medios tradicionales y con las redes sociales. Las entrevistas las llevará adelante el equipo de investigadores que forman parte de este proyecto, que contará con el asesoramiento del sociólogo Gabriel Vommaro, experto en estudios cualitativos sobre polarización política.

La realización de esas entrevistas y su análisis permitirán complementar lo realizado en este informe y generar nuevos conocimientos sobre las percepciones acerca de los adversarios políticos que tienen actores con cargos institucionales de relevancia. Esperamos que, como deseamos que suceda con este informe, los resultados del estudio no sean solo insumos para trabajos académicos, sino que el diagnóstico sincrónico y el estado de situación que se haga sirvan de insumo a estructuras partidarias, medios de comunicación, organizaciones sociales e institucionales a los efectos de orientar posibles prácticas.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Bentos, E.** (2019). *Democracia deliberativa y partidos políticos: Una aproximación histórica al caso uruguayo*. Tesis de doctorado. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República.
- Bale, T., y Kaltwasser, C. R.** (eds.). (2021). *Riding the populist wave: Europe's mainstream right in crisis*. Cambridge University Press.
- Beltramelli, F.** (2018). *Políticas públicas y convergencia infocomunicacional en Uruguay: Regulaciones e institucionalidad en los gobiernos del Frente Amplio (2005-2014)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Beltramelli, F.** (2019). Regulaciones sobre servicios de comunicación audiovisual en Uruguay: ¿Un diseño incompleto? En Gómez, G. (coord.), *Una ley de medios a medias*. Montevideo: fes.
- Calvo, E., y Aruguete, N.** (2020). *Fake news, trolls y otros encantos*. Buenos Aires: Siglo xxi.
- Fletcher, R., Cornia, A., y Nielsen, R. K.** (2019). How Polarized Are Online and Offline News Audiences? A Comparative Analysis of Twelve Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 1-27.
- Hacker, J. S., y Pierson, P.** (2015). Confronting asymmetric polarization. *Solutions to political polarization in America*, 59, 66.
- Iyengar, S., y Westwood, S. J.** (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690-707.
- Levy, G.** (2022). *¿Hay concentración en internet? El caso Uruguay*. Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia - FES Comunicación.
- Mason, L.** (2015). «I Disrespectfully Agree»: The Differential Effects of Partisan Sorting on Social and Issue Polarization. *American Journal of Political Science*, 59(1), 128-145.
- Panebianco, A.** (1988). *Political Parties: Organization and Power*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pérez, V., Piñeiro, R., y Rosemblat, F.** (2022). *Cómo sobrevive la militancia partidaria: El Frente Amplio de Uruguay*. Montevideo: Túnel - Friedrich Ebert Stiftung-Uruguay.
- Real de Azúa, C.** (1984). *Uruguay, ¿una sociedad amortiguadora?* Montevideo: Banda Oriental.
- Rossel, C., y Monestier, F.** (2021). Uruguay 2020: El despliegue de la agenda de derecha en contexto de pandemia. *Revista de Ciencia Política*, 41(2).
- Schuliaquer, I.** (2017). ¿Quién domina la escena? La relación entre los gobiernos del Frente Amplio y las empresas mediáticas en Uruguay (2005-2015). En Mitchelsteins, E., y Boczkowski, P. (comps.), *Titulares, hashtags y videojuegos: La comunicación en la era digital*. Montevideo: Manantial.
- Schuliaquer, I.** (2019). El sistema mediático nacional como punto de partida: Los gobiernos del Frente Amplio y los medios en Uruguay. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 26(14), 15-31.
- Schuliaquer, I.** (2023). El partido político como actor decisivo de la regulación mediática: Las políticas de comunicación de los gobiernos del Frente Amplio en Uruguay. *AdComunica*, (25), 251-272. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6711>
- Schuliaquer, I., y Vommaro, G.** (2020). La polarización política, los medios y las redes: Coordenadas de una agenda en construcción. *Revista SAAP*, 14(2), 235-247.
- Schuliaquer, I., Beltramelli, F., Israel Turim, V. y Micó-Sanz (2022).** *Redes, política institucional y polarización en Uruguay*. Congreso MESO, Buenos Aires, 2 y 3 de setiembre.
- Summers, E.** (2016). *A command line tool (and Python library) for archiving Twitter JSON*. Recuperado de <https://github.com/DocNow/twarc> Acceso: 22/12/2016.
- Terren, L., y Borge, R.** (2021). Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature. *Review of Communication Research*, 9, 99-118.
- Waisbord, S.** (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878.
- Waisbord, S.** (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista SAAP*. 14(2), 248-279.

ACERCA DE LAS Y LOS AUTORES

Iván Schuliaquer. Doctor por la Universidad Sorbonne Nouvelle y por la Universidad de Buenos Aires. Investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina, y profesor de la Escuela de Política y Gobierno de la Universidad Nacional de San Martín. Sus trabajos se focalizan en las cuestiones de política y comunicación.

Federico Beltramelli. Doctor en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad de La Plata. Docente e investigador del Departamento de Medios y Lenguajes del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República. Sistema Nacional de Investigadores-Agencia Nacional de Investigación e Innovación (SNI-ANII).

Jimena Torres Álvarez. Licenciada en Ciencia Política por la Universidad de la República y maestranda en Información y Comunicación de la misma universidad. Actualmente es becaria de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) y estudia temas de medios y política. Cuenta con experiencia profesional en políticas públicas. Sobre todo, en políticas sociales y de juventudes, con especialización en el área de género.

Verónica Israel Turim. Doctora en Comunicación por la Universitat Ramon Llull. Investigadora en el grupo STReaM y el Observatorio de Comunicación, Religión y Cultura de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna. Coordinadora del Máster en Comunicación y Producción Cultural. Profesora. Editora de Género en la revista Trípodos.

Federico Barreto. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de la República (Udelar). Coordinador general de la Unidad de Comunicación de la Udelar. Fue director del Instituto Nacional de la Juventud (INJU) del Ministerio de Desarrollo Social y trabajó en la creación del Sistema Nacional de Cuidados. Fue coordinador de la Comisión NOALABAJA y militante estudiantil en la ASCEEP-FEUU.

Natalia Aruguete. Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Profesora de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad Austral, Argentina. Publicó libros y numerosos artículos en revistas especializadas sobre la relación entre agendas políticas, mediáticas y públicas, teniendo en cuenta el diálogo que se establece entre medios tradicionales y redes sociales.

Ernesto Calvo. Doctor por la Universidad Northwestern. Profesor de Gobierno y Política de la Universidad de Maryland y director del Laboratorio Interdisciplinario para las Ciencias Sociales Computacionales (ILCSS). Sus trabajos sobre comunicación política, elecciones y política legislativa han sido publicados en las principales revistas de ciencia política.

La **Fundación Friedrich Ebert** (FES), creada en 1925, es la fundación política más antigua de Alemania. Es una institución privada y de utilidad pública, comprometida con el ideario de la democracia social. La fundación debe su nombre a Friedrich Ebert, primer presidente alemán democráticamente elegido, y da continuidad a su legado de hacer efectivas la libertad, la solidaridad y la justicia social. Cumple esa tarea en Alemania y en el exterior en sus programas de formación política y de cooperación internacional, así como en el apoyo a becarios y el fomento de la investigación.

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de esta.

Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente las de la Friedrich-Ebert-Stiftung o las de la organización para la que trabajan los/as autores/as o las de las entidades que auspiciaron la investigación.

CONTACTO

Friedrich-Ebert-Stiftung Representación en Uruguay

Gral. Arturo Baliñas 1145, Piso 8
Montevideo, Uruguay

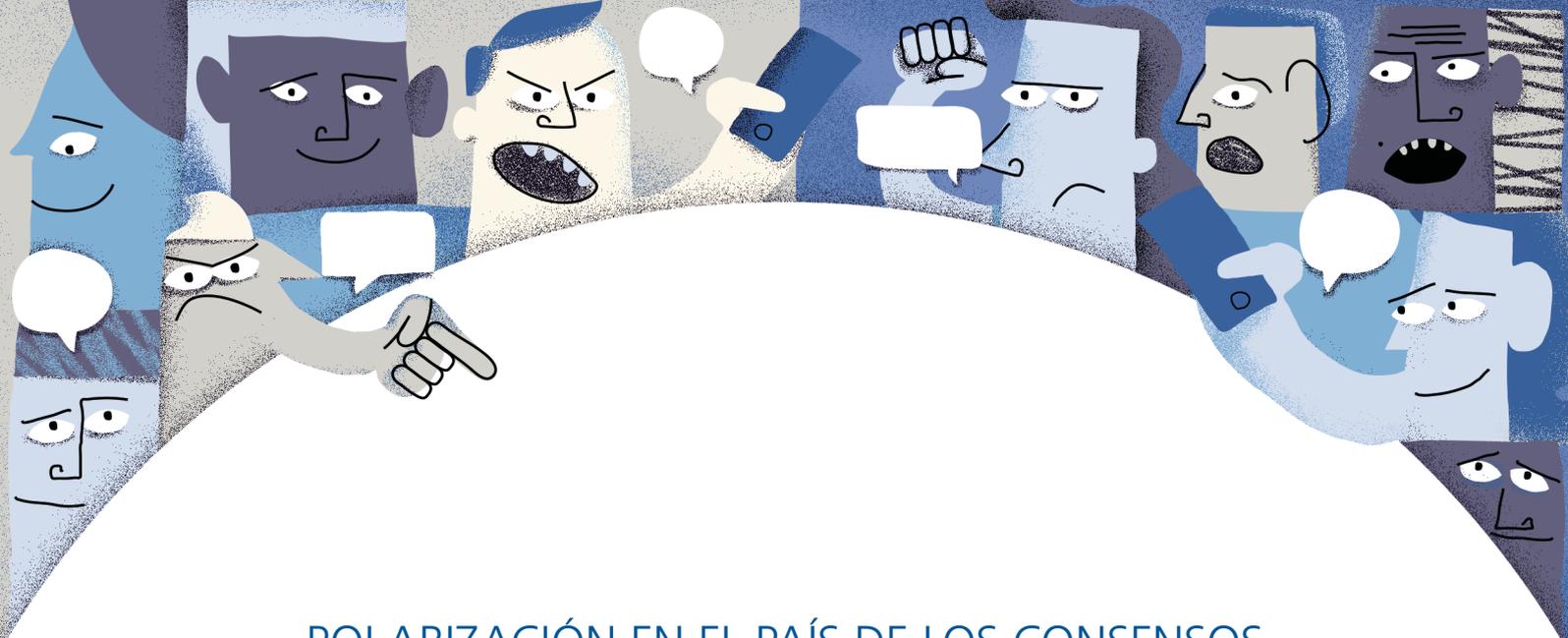
Responsables

Dörte Wollrad | Directora FES Sindical
Patricia González Viñoly | Directora de Proyectos

Coordinación de publicaciones | Jandira Dávila
Arte y diagramación | Cooperativa de trabajo SUBTE
Corrección y edición | María Lila Ltaif

Más información:
uruguay.fes.de

Contacto:
fesur@fes.de



POLARIZACIÓN EN EL PAÍS DE LOS CONSENSOS

Política y redes sociales en Uruguay



¿Qué novedades traen las redes sociales para la política uruguaya? ¿Qué vínculos establecen los dirigentes entre sí y de qué manera interactúan públicamente? ¿Qué de eso es premiado y/o castigado por la política institucional?

Aunque Uruguay siempre se ha caracterizado como un país de consensos, este trabajo muestra que el mapa de las redes sociales de sus dirigentes políticos está dividido en dos, con un quiebre claro entre el oficialismo y la oposición. Esto es relevante porque el extrañamiento ante los adversarios políticos incide en la polarización. Uruguay, país con una tradición marcada por que los actores políticos se sientan a las mesas a negociar, encuentra esta novedad en uno de los ámbitos públicos y políticos clave del presente.



La experiencia comparada muestra que la polarización política no es un fenómeno creado por las redes. Aquí proponemos que hay que comprenderla a partir de la articulación entre la política institucional, las instituciones de medios tradicionales y las redes sociales. ¿Cómo se da esto en Uruguay? En línea con lo que sucede con otras dimensiones de la vida social, y a contramano de dinámicas presentes en la mayoría de los países del mundo, los cargos jerárquicos de la política institucional inciden muy fuertemente en la propia red social y juegan un rol definitorio: los más visibles y fuertes en las redes son aquellos que tienen los cargos más jerarquizados. En ese marco, se evidencia la emergencia y la legitimación de ciertas figuras que arrasan los debates y tratan como ilegítimos a sus rivales partidarios. Eso incide en el corrimiento de lo decible públicamente y de lo posible políticamente. Hasta ahora esas figuras no son numerosas ni dominantes, pero sí se ha naturalizado que ocupen un lugar central en la política institucional del país.



Esto muestra que la polarización y la deslegitimación del adversario político no son únicamente un subproducto de las redes, ya que la política institucional, y más aún en Uruguay, juega un rol aún más decisivo. Casi como contrapunto aparecen los medios de comunicación, que, a diferencia de lo que sucede en otros países, tienen un rol de mayor amortiguación del debate público. Las características del sistema mediático permiten que compartan una agenda de hechos, que la partidización explícita del tratamiento de la información sea rara y que en los medios se escuchen distintas posiciones ideológicas, con un fuerte respeto a las diferentes voces institucionales de la política.

Para más información: uruguay.fes.de | fesur@fes.de

 @FES_Uruguay  @fes_uruguay  Fundación Friedrich Ebert - Uruguay  Fes Uruguay