

Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad

Political polarization and media, their impact on democracy and society

Salomé Berrocal-Gonzalo; Silvio Waisbord; Salvador Gómez-García

Cómo citar este artículo:

Berrocal-Gonzalo, Salomé; Waisbord, Silvio; Gómez-García, Salvador (2023). "Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y la sociedad". *Profesional de la información*, v. 32, n. 6, e320622.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22>

Artículo recibido el 09-12-2023
Aceptación definitiva: 19-12-2023



Salomé Berrocal-Gonzalo ✉

<https://orcid.org/0000-0002-0483-0509>

Universidad de Valladolid
Facultad de Filosofía y Letras
Paseo del Cauce, s/n
47011 Valladolid, España
salome.berrocal@uva.es



Silvio Waisbord

<https://orcid.org/0000-0003-0026-7111>

George Washington University
School of Media & Public Affairs
805 21st Street, NW, MPA 516
Washington DC 20052, EUA
waisbord@gwu.edu



Salvador Gómez-García

<https://orcid.org/0000-0003-0026-7111>

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Información
Avda. Complutense, 3
28040 Madrid, España
salvgome@ucm.es

Resumen

Este artículo examina la relación entre la polarización política y los medios de comunicación en la sociedad contemporánea. La polarización se ha convertido en un fenómeno prevalente en muchos países, caracterizado por la creciente división de opiniones y actitudes extremas entre diferentes grupos políticos. Los medios de comunicación, como actores clave en la difusión de información y la formación de la opinión pública, desempeñan un papel fundamental en la perpetuación o mitigación de este proceso. Este trabajo presenta una conceptualización del fenómeno y examina su vinculación con la situación mediática, estableciendo su origen y también sus consecuencias: la segmentación de audiencias, el sensacionalismo o el sesgo mediático. Asimismo, se realiza una aproximación a la inteligencia artificial, el análisis de datos, la personalización de los mensajes, los *chatbots* o los algoritmos como agentes influyentes en el crecimiento de la polarización política. Los efectos de la polarización afectan a la sociedad en su consumo de medios y al propio funcionamiento de la democracia. La fragmentación informativa, la creciente desconfianza hacia los medios, el absentismo en la vida política son algunas de las consecuencias más significativas. De ahí que en este artículo se aborden las posibles soluciones y estrategias para fomentar un discurso público más constructivo y menos polarizado.

Palabras clave

Polarización política; Segmentación de audiencia; Sensacionalismo; Medios de comunicación; Sesgo mediático; Inteligencia artificial; IA; Comunicación política; Democracia; Desinformación; Alfabetización informativa; Curación algorítmica.

Abstract

This article examines the relationship between political polarization and the media in contemporary society. Polarization has become a prevalent phenomenon in many countries, characterized by the increasing division of opinions and extreme attitudes among different political groups. Media, as key actors in disseminating information and shaping pu-



blic opinion, play a crucial role in perpetuating or mitigating this process. This work presents a conceptualization of the phenomenon and examines its connection with the media landscape, establishing its origins as well as its consequences: audience segmentation, sensationalism, and media bias. Additionally, an exploration is conducted on artificial intelligence, data analysis, message personalization, chatbots, or algorithms as influential agents in the growth of political polarization. The effects of polarization impact society's media consumption and the functioning of democracy itself. Informational fragmentation, growing distrust towards media, and political disengagement are some of the most significant consequences. Therefore, this article addresses possible solutions and strategies to promote a more constructive and less polarized public discourse.

Keywords

Political polarization; Audience segmentation; Sensationalism; Media; Media bias; Artificial intelligence; AI; Political communication; Democracy; Disinformation; Information literacy; Algorithmic curation.

Financiación

Este artículo es resultado del proyecto "Politainment ante la fragmentación mediática: Desintermediación, engagement y polarización" (Referencia PID2020-114193RB-I00), financiado por el *Ministerio de Ciencia e Innovación* de España.

1. Perspectiva conceptual de polarización política

La polarización política es un rasgo que presenta una gran parte de las democracias contemporáneas. El término alude al alejamiento extremo de las opiniones o creencias políticas entre los individuos o grupos en una sociedad. Un fenómeno que se caracteriza por la formación de posturas extremas, la falta de consensos y la creciente hostilidad entre distintas facciones políticas (**Layman; Carsey; Horowitz**, 2006). Asimismo, se entiende como la fragmentación de la opinión pública en torno a temas políticos y sociales, en la que los ciudadanos se agrupan en posiciones opuestas del espectro ideológico. Una expresión relacionada con la formación de identidades políticas extremas y la adhesión a valores y creencias partidistas inflexibles (**Fiorina; Abrams**, 2008). Autores como **Mutz** (2006) añaden la dificultad en los estadios de polarización de alcanzar acuerdos políticos. **Binder** (2015) apoya esta línea de trabajo al indicar que la polarización política es vista como un problema, ya que puede obstaculizar la cooperación y el consenso en el gobierno y en la sociedad en general, haciendo que la toma de decisiones sea difícil y menos representativa.

El fenómeno de la polarización se manifiesta de diferentes formas, ofreciendo una división profunda entre partidos políticos, una disminución en el compromiso y una falta de tolerancia hacia puntos de vista opuestos, expresando una tendencia hacia el extremismo y la falta de compromiso en el debate político (**DiMaggio; Evans; Bryson**, 1996; **McCoy; Rahman; Somer**, 2018). Su presencia en la sociedad se aprecia en distintos niveles: 1) polarización en las élites, en la que los líderes políticos adoptan posturas más extremas (**Hetherington**, 2001); polarización popular, la población se posiciona en visiones extremas (**Abramowitz; Saunders**, 2008); polarización afectiva, los individuos no solo discrepan sino que desarrollan animadversión hacia el polo opuesto (**Iyengar et al.**, 2019).

La polarización política puede ser tanto causa como efecto de tensiones y conflictos dentro de una sociedad. En su origen pueden encontrarse tanto factores estructurales, como el propio sistema electoral y las dinámicas de partidos (**Lipset; Rokkan**, 1967), como los vinculados al ejercicio de los medios de comunicación que contribuyen a reforzar y reflejar opiniones polarizadas (**Sunstein**, 2017).

En suma, la polarización política es un fenómeno reciente en los estudios académicos, y sin una definición universalmente aceptada (**Robles et al.**, 2022), desarrollado en las democracias en las últimas décadas, y que se ve favorecido tanto por cambios estructurales como en la actividad de los medios de comunicación.

2. Polarización y situación mediática

La relación entre polarización política y medios de comunicación suscita controversia como objeto de análisis académico. En ese sentido, se entrelazan enfoques, algunos que defienden una escasa influencia del papel de los medios de comunicación en la polarización política al considerar que las personas eligen lo que consumen según sus preferencias preexistentes (**Prior**, 2013) o los que señalan que son las circunstancias sociodemográficas y económicas las que provocan la polarización (**Inglehart; Norris**, 2016; **McCarty; Poole; Rosenthal**, 2006). En sentido contrario, se localizan otros trabajos que ponen de manifiesto la contribución de los medios de comunicación a la expansión del fenómeno, como el del *Pew Research Center* (2017), que describe la transformación del clima político en la última década como resultado del incremento del uso de las redes sociales o el aumento del antagonismo político (**Finkel et al.**, 2020) debido a la orientación vertida por los medios de comunicación y la proliferación de coberturas partidistas (**Jurkowitz et al.**, 2020).

La curación algorítmica incrementa la segregación y revela dinámicas complejas dependientes de las características propias de cada plataforma y cultura política

En el contexto de la polarización se localizan elementos que pueden ser considerados efectos y al mismo tiempo inductores del fenómeno, como es el caso de la segmentación de las audiencias. Según **Napoli** (2001) la segmentación de audiencias es el proceso de dividir a una audiencia en grupos más pequeños basados en caracte-

rísticas similares, como las creencias políticas, los intereses, la edad, entre otros. Esta práctica se ha vuelto prominente con el nacimiento de las redes sociales y la personalización de los contenidos. En su surgimiento se encuentran factores como las “burbujas de filtros” que muestran a los usuarios una información alineada con sus creencias y valores existentes (**Pariser**, 2011), situación que conduce a las “cámaras de eco”, donde las opiniones similares se refuerzan y las perspectivas divergentes son excluidas (**Flaxman; Goel; Rao**, 2016); la presencia de medios fuertemente ideologizados que atienden específicamente a grupos ideológicos (**Iyengar; Hahn**, 2009) o la personalización de los contenidos dirigidos a individuos con mensajes que refuerzan sus creencias (**Bakshy; Messing; Adamic**, 2015).

Otro de los factores que puede considerarse inductor y lo contrario, derivación o consecuencia, en el fenómeno de la polarización es el sensacionalismo. El sensacionalismo en los medios de comunicación es la tendencia a enfatizar, exagerar e incluso distorsionar las informaciones con el fin de provocar emoción o interés (**Grabe; Zhou; Barnett**, 2007). Dicha tendencia a enfocarse en conflictos y controversias puede exacerbar las divisiones políticas y culturales existentes (**Sabato; Ernst; Larson**, 2000). De la misma manera, la simplificación y reducción de la complejidad de los temas políticos en el marco del sensacionalismo puede conducir a un entendimiento superficial y polarizado de los asuntos abordados. Adicionalmente, la narrativa emocional y exagerada puede fomentar actitudes extremas y disminuir la tolerancia hacia opiniones opuestas (**Sunstein**, 2017).

Un componente más, relacionado con la polarización, es el sesgo de los medios de comunicación. **Entman** (2007) lo define como la tendencia sistemática a favorecer una perspectiva política en detrimento de otra. La presencia de medios de comunicación alineados con ideologías específicas puede intensificar la polarización al ofrecer una información sesgada (**Sunstein**, 2017). La parcialidad en los medios afecta a la percepción y las decisiones de los votantes produce una mayor polarización en la elección de los partidos políticos (**Gentzkow; Shapiro**, 2010).

El sesgo mediático, el sensacionalismo y la segmentación de las audiencias son factores que inciden en la polarización y pueden dañar la calidad del debate público y la toma de decisiones democráticas (**Mutz**, 2006). Frente a esta situación, la responsabilidad ética de los medios, la alfabetización mediática y la regulación podrían ser soluciones potenciales para mitigar estos efectos, aunque no está ampliamente demostrado como efectivamente contribuyen a despolarizar. Entendemos mejor las causas de la polarización y sus efectos en actitudes políticas y problemas para la democracia que tácticas posibles para desactivar esas dinámicas.

Otro punto a remarcar es que no todas las fuerzas políticas se polarizan ideológicamente del mismo modo o con la misma intensidad. Esta situación de polarización despereja lleva a preguntar sobre las razones que explican esta situación. Argumentos comunes han marcado el rol particular de los medios de información y las élites políticas en llevar a un partido o conjunto de fuerzas políticas a adoptar posiciones más extremistas. Aquí es importante precisar las razones. Por ejemplo, si las redes sociales son entendidas como causas de la polarización (**Kubin; Sikorski** 2021), en tanto consolidan cámaras de eco y burbujas informativas, y refuerzan sesgos cognitivos, cabe preguntar, ¿Cómo se explican niveles diferentes de polarización?

Otra cuestión a dirimir es que, considerando los niveles desiguales de polarización en diferentes democracias, surge el interrogante sobre el papel y la responsabilidad de las redes sociales digitales en este fenómeno. No es evidente que su impacto sea homogéneo en diferentes sistemas políticos y países aun cuando sean ampliamente consumidas (**Waisbord** 2020). De hecho, trabajos recientes muestran que las plataformas digitales tienen efectos nulos en la polarización de actitudes o preferencias ideológicas (**Nyhan et al.**, 2023; **Wojcieszak et al.**, 2023). Estos argumentos obligan a precisar las dinámicas comunicacionales y políticas que de forma consistente polarizan la democracia. Esto requiere entender el rol de las redes en conjunto con medios tradicionales y el papel de las elites políticas en optar (o no) por propuestas polarizantes.

3. IA y polarización: Reconfiguración de la política en la era digital

La difusión generalizada de la inteligencia artificial (IA) en la sociedad contemporánea representa un fenómeno de alcance disruptivo con efectos pronunciados en diferentes ámbitos. En ese sentido, el avance tecnológico que implica la IA parece que tendrá efectos visibles en cada una de las áreas en las que intervenga. Su influencia en las democracias contemporáneas ha planteado marcos de interpretación amplios que han tratado de cartografiar un estado de la cuestión especialmente dinámico (**Jungherr**, 2023). A partir de ahí, se han observado ejemplos claros en discusiones acerca de la configuración algorítmica de los entornos de comunicación digital y el consecuente deterioro del discurso político (**Kaye**, 2018); el uso de algoritmos para influir en los conflictos políticos (**Settle**, 2018); la saturación del espacio público con información falsa o engañosa mediante IAs generativas (**Krebs; McCain; Brundage**, 2022). Además, su impacto también influye en el equilibrio competitivo entre sistemas autocráticos y democráticos, especialmente en países en vías de desarrollo (**Filgueiras**, 2022).

Tanto la IA como los bots destacan por su capacidad para generar y propagar contenido de manera rápida y eficiente en grandes volúmenes

Un número especial de *Scientific American* exploró la cuestión de si la democracia podrá sobrevivir al impacto de los *big data* y la inteligencia artificial (Helbing *et al.*, 2017). De este modo, el monográfico se interrogaba sobre cómo la transformación impulsada por estas tecnologías

Las estrategias defensivas contra la polarización han resultado ser sólo parcialmente eficaces

podría alterar la dinámica de las sociedades humanas en términos de relaciones, organización y gestión en una clave política. Esta pregunta implicaba una visión pesimista, agravada por afirmaciones que sugieren que la inteligencia artificial “se ha apoderado silenciosamente de la democracia” (Polonski, 2017). Esta situación se atribuye a su penetración en procesos políticos, ya sea a través de su presencia en plataformas como redes sociales o comentarios online, o mediante su empleo por bots y trolls que influyen en la esfera política. Se concluye que los sistemas políticos, los procesos electorales, la toma de decisiones y la participación ciudadana están siendo cada vez más influenciados por aspectos derivados de sistemas algorítmicos y de automatización en diferentes niveles sistémicos (Unver, 2018). Un espacio que Andreas Jungherr (2023) ha explorado al identificar cuatro áreas de impacto principales para la IA en los ecosistemas políticos:

- un primer nivel, individual, donde la IA afecta las condiciones del autogobierno y las oportunidades de las personas para ejercerlo;
- un segundo nivel –grupal– donde la IA incide en la igualdad de derechos entre diferentes grupos de la sociedad;
- un tercer nivel, de carácter institucional, en el que la IA influye en la percepción de las elecciones como un mecanismo justo y abierto para canalizar y gestionar el conflicto político; y, por último,
- un nivel sistémico, donde la IA repercute en la competencia entre sistemas de gobierno democráticos y autocráticos.

De forma transversal a estas áreas de impacto surge el papel desempeñado por la inteligencia artificial en la creación y difusión de contenidos vinculados con la esfera política en las redes sociales (Cantini *et al.*, 2022; Robles *et al.*, 2022). Sin embargo, sus efectos reales permanecen todavía en una indefinición puesto que mientras algunas investigaciones alertan sobre el incremento de la polarización de los mensajes, siguen sin arrojar conclusiones definitivas sobre su recepción (Guess *et al.*, 2023) respecto a su influencia en aspectos críticos como la polarización de temas (*issue polarization*), la polarización emocional o las actitudes y el conocimiento político. Estas divergencias evidencian que la curación algorítmica incrementa la segregación, pero también revelan dinámicas complejas que dependen de las características propias de cada plataforma (González-Bailón; Lazer, 2023) y de la cultura política del país (Muste, 2014). A pesar de estas divergencias, existen modalidades operativas uniformes entre diferentes contextos nacionales. Tanto la IA como los bots se destacan por su capacidad para generar y propagar contenido de manera rápida y eficiente en grandes volúmenes. Estos actores tienen la capacidad de manipular artículos, fotos, videos y archivos de audio, dirigirse a audiencias específicas y ocultar sus identidades con facilidad.

Como quiera que sea, esta influencia y actividad en términos cuantitativos y cualitativos marca un giro fundamental en la esfera política. No por su novedad, sino por su popularización que, además, evidencia cómo el marcado crecimiento en el uso de redes sociales está generando enormes cantidades de datos personales y colectivos que se emplean para tratar de influir a la ciudadanía (Cantini *et al.*, 2022). Sin embargo, más allá de estos usos espurios, se localizan propuestas académicas para avanzar hacia unos enfoques interdisciplinarios que permitan el uso de la inteligencia artificial para investigar y reducir los efectos de las diferentes formas de polarización (Németh, 2023).

4. Repercusiones de la polarización mediática

La polarización de los medios de comunicación es un fenómeno estudiado en las últimas décadas debido a sus repercusiones en diversos ámbitos de la vida social. Es un proceso en el que los medios adoptan posiciones extremas y, a menudo, sesgadas en la presentación de noticias y opiniones, generando consecuencias significativas en la percepción, comportamiento y toma de decisiones del público. Las repercusiones de esta polarización se producen en el público en general y recaen en la salud democrática de la sociedad.

Uno de los efectos más discutidos es la fragmentación del público. Los medios polarizados tienden a atraer audiencias que comparten puntos de vista ideológicos similares, lo que a su vez lleva a un consumo de noticias más sesgado y a la creación de “cámaras de eco” donde los individuos sólo están expuestos a opiniones que refuerzan sus propias creencias (Sunstein, 2017). En ocasiones, se produce un filtrado selectivo, los individuos emplean herramientas digitales y algoritmos para decidir el contenido que consumen (Beam; Kosicki, 2014), en otras, los receptores se refugian en medios especializados o alternativos que se alinean con sus valores y perspectivas (Webster; Ksiazek, 2012). Esta exposición limitada a determinados medios y formatos influye en el receptor que no recibe una información plural y, por tanto, se dificulta la posibilidad de un cambio de opinión.

Otra de las cuestiones que se revela ante la polarización de los medios es la disminución de la confianza en los medios de comunicación. Los espectadores que perciben un sesgo en un medio en particular pueden generalizar esa desconfianza a otros medios de comunicación (Tsfati; Cappella, 2003). La desconfianza en los medios es un problema que amenaza la integridad de la función informativa de los medios en una democracia. De hecho, en ocasiones se refleja, incluso, en un rechazo informativo en una decisión de no estar informado. Es lo que se conoce como una actitud evitativa hacia los medios de comunicación. Esta postura representa una respuesta defensiva de los receptores, que buscan protegerse del impacto negativo de los contenidos mediáticos percibidos como parciales o extremos.

La impresión de que los medios están influenciados por agendas políticas o económicas puede llevar a los individuos a dudar de su objetividad y veracidad (Tsfa-ti; Ariely, 2014), particularmente, cuando estos medios defienden determinadas posiciones ideológicas sin dar cabida a otras líneas de pensamiento. Esta situación pro-

duce en algunos sujetos el deseo de la desconexión informativa, los receptores optan por desvincularse completamente de los medios. Las actitudes evitativas representan una respuesta adaptativa de los receptores ante un entorno mediático percibido como hostil y plantean un desafío significativo en la cohesión social y el funcionamiento de la democracia. De hecho, una consecuencia de la exposición a informaciones polarizadas es que se produzca el desencanto y la apatía entre los ciudadanos, disminuyendo la probabilidad de que participen en el proceso democrático (Valentino; Hutchings; Banks, 2008). La constante presentación de conflictos y desacuerdos en los medios origina en algunos sujetos la idea de que las instituciones democráticas están rotas o son ineficaces (Stroud, 2010).

La polarización genera fatiga entre el público y puede producir una desconexión general de los temas políticos (Guess; Nyhan; Reifler, 2018). Si, además, los medios no reflejan una gama diversa de opiniones, ciertos segmentos de la población pueden sentir que sus puntos de vista no están representados, disminuyendo así la motivación para participar (Bennett; Iyengar, 2008). La consecuencia más importante es que si grandes segmentos de la población optan por no votar debido a la polarización mediática, los resultados electorales pueden no reflejar las opiniones y deseos reales de la sociedad (Dalton; Flanagan; Beck, 2000), incluso, la abstención de votantes moderados puede dar lugar a resultados electorales que favorezcan a candidatos extremos, exacerbando aún más la polarización en el ámbito político (Hetherington, 2001).

La relación entre la abstención electoral y la polarización mediática representa un desafío para las democracias modernas. Es esencial comprender y abordar las dinámicas que llevan a los ciudadanos a desconectarse del proceso democrático debido a las representaciones mediáticas polarizadas y avisar a la población de que una sociedad menos informada es más susceptible a la desinformación.

5. Desafíos y estrategias para combatir la polarización política

La creciente inquietud por las repercusiones de la polarización mediática y política ha generado un impulso de iniciativas destinadas a intentar atenuarlas. Sin embargo, las estrategias defensivas contra alguno de sus motores (la desinformación, los discursos del odio, etc.) han resultado ser sólo parcialmente eficaces (Miller *et al.*, 2022). Por ello, se han postulado actuaciones más directas contra el problema, entre otras, fomentar el pensamiento crítico y la diversificación en la consulta de fuentes de información. De forma paralela, se aboga por un periodismo más responsable y ético (Litvinenko; Brodunova, 2021). Su concreción más tangible es la alfabetización mediática (Gaultney; Sherron; Boden 2022), ya que existe la evidencia de que la polarización impacta en los valores de una comunidad (Hochschild, 2016), influyendo en los sesgos internos y haciendo a la población más vulnerable a las teorías conspirativas (Pasek *et al.*, 2015).

La reflexión anterior perfila a la alfabetización mediática como un eje central en la comprensión y discernimiento del público respecto a los medios, ya que se interpreta como

“el conocimiento, habilidades y competencias necesarias para utilizar e interpretar los medios” (Buckingham, 2006, p. 36).

De forma extendida, implica entender los entresijos detrás de las decisiones periodísticas y el proceso de elaboración de las noticias para potenciar la alfabetización mediática, al tiempo que reduce la percepción de parcialidad en los medios (Vraga; Tully; Rojas, 2009) y mitiga la polarización generada por el contenido online que consume la ciudadanía ya que, en muchas ocasiones, no proviene de fuentes informativas de confianza (Kamerer, 2013) o parte de una lectura parcial del contenido informativo (habitualmente el titular de la noticia) y que, además, genera la ilusión de estar “bien informado” (Müller; Schneiders; Schäfer, 2016).

Por ello, ha surgido un amplio catálogo de prácticas para el desarrollo de esa alfabetización mediática que suelen incorporar el desarrollo del pensamiento crítico (Savage *et al.*, 2021), la promoción de la diversidad en el consumo informativo (Garimella *et al.*, 2021), la verificación de la información y el uso responsable de las redes sociales (Tucker *et al.*, 2018) o la promoción de una ciudadanía activa (Essomba; Nadeu; Tarrés, 2023). Sin embargo, la forma de alcanzar estos objetivos no es concluyente, puesto que se ha pivotado desde estilos clásicos de alfabetización (De-Abreu, 2019) a otros que incorporan estrategias como la gamificación o el aprendizaje basado en juegos (Chang *et al.*, 2020; Glas *et al.*, 2023).

La capacidad de abordar un problema multidimensional y complejo como la polarización política a través de la alfabetización mediática ha generado, a menudo, un optimismo excesivo sobre sus posibles resultados (Bulger; Davison, 2018). Frente a ello, otros estudios advierten de que la eficacia de estas estrategias no ha sido debidamente comprobada empíricamente. Por el contrario, algunos hallazgos sugieren que puede generar un efecto contra-

La alfabetización mediática mitiga la polarización generada por el contenido en línea y reduce la percepción de parcialidad en los medios

Algunos hallazgos sugieren que la alfabetización mediática puede generar un efecto contrario: una confianza excesiva en la habilidad para evaluar la información

rio: una confianza excesiva en la habilidad para evaluar la información (Miller *et al.*, 2022). Por ello, se antoja como un campo de experimentación que requiere de futuras investigaciones para comprender mejor su verdadero impacto y limitaciones.

6. Referencias

- Abramowitz, Alan I.; Saunders, Kyle L.** (2008). "Is polarization a myth?". *Journal of politics*, v. 70, n. 2, pp. 542-555.
<https://doi.org/10.1017/s0022381608080493>
- Bakshy, Eytan; Messing, Solomon; Adamic, Lada A.** (2015). "Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook". *Science*, v. 348, n. 6239, pp. 1130-1132.
<https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Beam, Michael A.; Kosicki, Gerald M.** (2014). "Personalized news portals: Filtering systems and increased news exposure". *Journalism & mass communication quarterly*, v. 91, n. 1, pp. 59-77.
<https://doi.org/10.1177/1077699013514411>
- Bennett, W. Lance; Iyengar, Shanto** (2008). "A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication". *Journal of communication*, v. 58, n. 4, pp. 707-731.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
- Binder, Sarah** (2015) The dysfunctional Congress. *Annual review of political science*, v. 18, n. 1, pp. 85-101.
<https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-110813-032156>
- Buckingham, David** (2006). "Defining digital literacy: What do young people need to know about digital media?". *Digital kompetanse. Nordic journal of digital literacy*, v. 1, n. 4, pp. 263-276.
<https://10.18261/ISSN1891-943X-2006-04-03>
- Bulger, Monica; Davison, Patrick** (2018). "The promises, challenges and futures of media literacy". *Journal of media literacy education*, v. 10, n. 1.
<https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1>
- Cantini, Ricardo; Marozzo, Fabrizio; Talia, Domenico; Trunfio, Paolo** (2022). "Analyzing political polarization on social media by deleting bot spamming". *Big data and cognitive computing*, v. 6, n. 1, 3.
<https://doi.org/10.3390/bdcc6010003>
- Chang, Yoo-Kyung; Literat, Ioana; Price, Charlotte; Eisman, Joseph; Gardner, Jonathan; Chapman, Amy; Truss, Azsané** (2020). "News literacy education in a polarized political climate: How games can teach youth to spot misinformation". *Harvard Kennedy School misinformation review*.
<https://doi.org/10.37016/mr-2020-020>
- Dalton, Russell J.; Flanagan, Scott C.; Beck, Paul A.** (2000). "The decline of parties in the minds of citizens". *Annual review of political science*, v. 3, n. 1, pp. 357-378.
<https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.1.1.357>
- De-Abreu, Belinha S.** (2019). *Teaching media literacy*. American Library Association. ISBN: 978 0838917213
- DiMaggio, Paul; Evans, John; Bryson, Bethany** (1996). "Have Americans' social attitudes become more polarized?". *American journal of sociology*, v. 102, n. 3, pp. 690-755.
<https://doi.org/10.1086/230995>
- Entman, Robert M.** (2007). "Framing bias: Media in the distribution of power". *Journal of communication*, v. 57, n. 1, pp. 163-173.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Essomba, Miguel-Ángel; Nadeu, María; Tarrés, Anna** (2023). "Youth democratic political identity and disaffection: Active citizenship and participation to counteract populism and polarization in Barcelona". *Societies*, n. 13, 245.
<https://doi.org/10.3390/soc13120245>
- Filgueiras, Fernando** (2022). "The politics of AI: Democracy and authoritarianism in developing countries". *Journal of information technology & politics*, v. 19, n. 4, pp. 449-464.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2021.2016543>
- Finkel, Eli J.; Bail, Christopher A.; Cikara, Mina; Ditto, Peter H.; Iyengar, Shanto; Samara, Klar; Mason, Lilliana; McGrath, Mary C.; Nyhan, Brendan; Rand, David G.; Skikta, Linda J.; Tucker, Joshua A.; Van-Babel, Jay J.; Wang, Cynthia S.; Druckman, James N.** (2020). "Political sectarianism in America". *Science*, v. 370, n. 6516, pp. 533-536.
<https://doi.org/10.1126/science.abe1715>
- Fiorina, Morris P.; Abrams, Samuel J.** (2008). "Political polarization in the American public". *Annual review of political science*, n. 11, pp. 563-588.

<https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>

Flaxman, Seth; Goel, Sharad; Rao, Justin M. (2016). "Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption". *Public opinion quarterly*, v, 80, S1, pp. 298-320.
<https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>

Garimella, Kiran; Smith, Tim; Weiss, Rebecca; West, Robert (2021). "Political polarization in online news consumption". In: *Proceedings of the International AAAI conference on web and social media*, v, 15, pp. 152-162.
<https://doi.org/10.1609/icwsm.v15i1.18049>

Gaultney, Ira-Bruce; Sherron, Todd; Boden, Carrie (2022). "Political polarization, misinformation, and media literacy". *Journal of media literacy education*, v, 14, n. 1, pp. 59-81.
<https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-1-5>

Gentzkow, Matthew; Shapiro, Jesse M. (2010). "What drives media slant? Evidence from U.S. daily newspapers". *Econometrica*, v, 78, n. 1, pp. 35-71.
<https://doi.org/10.3982/ECTA7195>

Glas, René; Van-Vught, Jasper; Fluitsma, Timo; De-la-Hera, Teresa; Gómez-García, Salvador (2023). "Literacy at play: an analysis of media literacy games used to foster media literacy competencies". *Frontiers in communication*, n. 8.
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1155840>

González-Bailón, Sara; Lazer, David (2023). "Are algorithmic bias claims supported?—Response". *Science*, v, 381, pp. 1420-1420.
<https://doi.org/10.1126/science.adk4899>

Grabe, Maria-Elizabeth; Zhou, Shuhua; Barnett, Brooke (2007). "Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form". *Journal of broadcasting & electronic media*, v, 51, n. 4, pp. 615-634.
<https://doi.org/10.1080/08838150701626487>

Guess, Andrew M. et al. (2023). "How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign?". *Science*, v, 381, pp. 398-404.
<https://doi.org/10.1126/science.abp9364>

Guess, Andrew; Nyhan, Brendan; Reifler, Jason (2018). *Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign*. European Research Council.

Helbing, Dirk; Frey, Bruno S.; Gigerenzer, Gerd; Hafen, Ernst; Hagner, Michael; Hofstetter, Yvonne; Van-den-Hoven, Jeroen; Zicari, Roberto V.; Zwitter, Andrej (2017). "Will democracy survive big data and artificial intelligence". *Scientific American*.
<https://www.scientificamerican.com/article/will-democracy-survive-big-data-and-artificial-intelligence>

Hetherington, Marc J. (2001). "Resurgent mass partisanship: The role of elite polarization". *American political science review*, v, 95, n. 3, pp. 619-631.
<https://doi.org/10.1017/S0003055401003045>

Hochschild, Arlie-Rusell (2016). *Strangers in their own land: Anger and mourning on the American right*. New York: The New Press. ISBN: 978 1620972250

Inglehart, Ronald F.; Norris, Pippa (2016). *Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash*. Harvard Kennedy School Faculty Research Working Paper Series RWP16-026.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2818659>

Iyengar, Shanto; Hahn, Kyung S. (2009). "Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use". *Journal of communication*, v, 59, n. 1, pp. 19-39.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>

Iyengar, Shanto; Lelkes, Yphtach; Levendusky, Matthew; Malhotra, Neil; Westwood, Sean J. (2019). "The origins and consequences of affective polarization in the United States". *Annual review of political science*, n. 22, pp. 129-146.
<https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>

Jungherr, Andreas (2023). "Artificial intelligence and democracy: A conceptual framework". *Social media + society*, v, 9, n. 3.
<https://doi.org/10.1177/20563051231186353>

Jurkowitz, Mark; Mitchell, Amy; Shearer, Elisa; Walker, Mason (2020). *U.S. media polarization and the 2020 election: A nation divided*. Pew Research Center.

Kamerer, David (2013). "Media literacy". *Communication research trends*, v, 32, n. 1.
https://ecommons.luc.edu/communication_facpubs/15

- Kaye, David** (2018). *Report on artificial intelligence technologies and implications for freedom of expression and the information environment*. United Nations Human Rights Office of the High Commissioner.
<https://www.ohchr.org/EN/Issues/FreedomOpinion/Pages/ReportGA73.aspx>
- Krebs, Sarah E.; McCain, Miles; Brundage Miles** (2022). "All the news that's fit to fabricate: AI-generated text as a tool of media misinformation". *Journal of experimental political science*, v. 9, n. 1, pp. 104-117.
<https://doi.org/10.1017/XPS.2020.37>
- Kubin, Emily; Von-Sikorski, Christian** (2021). "The role of (social) media in political polarization: a systematic review". *Annals of the International Communication Association*, v. 45, n. 3, pp. 188-206.
<https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Layman, Geoffrey C.; Carsey, Thomas M.; Horowitz, Juliana-Menasce** (2006). "Party polarization in American politics: Characteristics, causes, and consequences". *Annual review of political science*, v. 9, pp. 83-110.
<https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.9.070204.105138>
- Lipset, Seymour-Martin; Rokkan, Stein** (1967). *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*. Free Press. ISBN: 978 0029191507
- Litvinenko, Anna; Bodrunova, Svetlana** (2021). "Russia: Media accountability in a polarized society". In: Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Karmasin, Matthias. *The global handbook of media accountability*. ISBN: 978 1032156156
- McCarty, Nolan; Poole, Keith T.; Rosenthal, Howard** (2006). *Polarized America: The dance of ideology and unequal riches*. MIT Press. ISBN: 978 0262633611
- McCoy, Jennifer; Rahman, Tahmina; Somer, Murat** (2018). "Polarization and the global crisis of democracy: Common patterns, dynamics, and pernicious consequences for democratic polities". *American behavioral scientist*, v. 62, n. 1, pp. 16-42.
<https://doi.org/10.1177/0002764218759576>
- Miller, Stacy M.; Menard, Philip; Bourrie, David; Sittig, Scott** (2022). "Integrating truth bias and elaboration likelihood to understand how political polarisation impacts disinformation engagement on social media". *Information systems journal*.
<https://doi.org/10.1111/isj.12418>
- Müller, Philipp; Schneiders, Pascal; Schäfer, Svenja** (2016). "Appetizer or Main dish? Explaining the use of Facebook news posts as a substitute for other news sources". *Computers in human behavior*, n. 65, pp. 431-441.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.003>
- Muste, Christopher** (2014). "Reframing polarization: social groups and 'culture wars'". *Political science & politics*, v. 47, n. 2, pp. 432-442.
<https://doi.org/10.1017/S1049096514000353>
- Mutz, Diana C.** (2006). *Hearing the other side: Deliberative versus participatory democracy*. Cambridge University Press. ISBN: 978 0511617201
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511617201>
- Napoli, Philip M.** (2001). "Consumer use of medical information from electronic and paper media: A literature review". *The milbank quarterly*, v. 79, n. 1.
<https://doi.org/10.4135/9781452233277.N3>
- Németh, Renáta** (2023). "A scoping review on the use of natural language processing in research on political polarization: trends and research prospects". *Journal of computational social science*, n. 6, pp. 289-313.
<https://doi.org/10.1007/s42001-022-00196-2>
- Nyhan, Brendan; Settle, Jaime; Thorson, Emily; Wojcieszak, Magdalena; Barberá, Pablo; Chen, Annie Y.; ... ; Tucker, Joshua A.** (2023). "Like-minded sources on Facebook are prevalent but not polarizing". *Nature*, v. 620, n. 7972, pp. 137-144.
<https://doi.org/10.1038/s41586-023-06297-w>
- Pariser, Eli** (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin UK. ISBN: 978 0241954522
- Pasek, Josh; Stark, Tobias; Krosnick, Jon A.; Tompson, Trevor** (2015). "What motivates a conspiracy theory? Birther beliefs, partisanship, liberal-conservative ideology, and anti-Black attitudes". *Electoral studies*, n. 40, pp. 482-489.
<https://doi.org/10.1016/j.electstud.2014.09.009>
- Polonski, Vyacheslav** (2017). *How artificial intelligence silently took over democracy*. World Economic Forum.
<https://www.weforum.org/agenda/2017/08/artificial-intelligence-can-save-democracy-unless-it-destroys-it-first>
- Prior, Markus** (2013). "Media and political polarization". *Annual review of political science*, v. 16, n. 1.
<https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>

- Robles, José-Manuel; Guevara, Juan-Antonio; Casas-Mas, Belén; Gómez, Daniel** (2022). "When negativity is the fuel. Bots and Political Polarization in the Covid-19 debate". *Comunicar*, n. 71, pp. 63-75.
<https://doi.org/10.3916/C71-2022-05>
- Sabato, Larry J.; Stence, Mark; Lichter, Robert S.** (2000). *Peepshow: Media and politics in an age of scandal*. Rowman & Littlefield.
- Savage, Sara; Oliver, Emily; Gordon, Ellen; Tutton, Lucy** (2021). "Addressing social polarization through critical thinking: Theoretical application in the 'Living well with difference' course in secondary schools in England". *Journal of social and political psychology*, v. 9, n. 2, pp. 490-505.
<https://doi.org/10.5964/jssp.7037>
- Settle, Jaime E.** (2018). *Frenemies: How social media polarizes America*. Cambridge University Press. ISBN: 978 1108560573
<https://doi.org/10.1017/9781108560573>
- Stroud, Natalie J.** (2010). "Polarization and partisan selective exposure". *Journal of communication*, v. 60, n. 3, pp. 556-576.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Sunstein, Cass R.** (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. ISBN: 978 1400884711
<https://doi.org/10.1515/9781400884711>
- Tsfati, Yariv; Ariely, Galia** (2014). "Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries". *Communication research*, v. 41, n. 6, pp. 760-782.
<https://doi.org/10.1177/0093650213485972>
- Tsfati, Yariv; Cappella, Joseph N.** (2003). "Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure". *Communication research*, v. 30, n. 5, pp. 504-529.
<https://doi.org/10.1177/0093650203253371>
- Tucker, Joshua; Guess, Andrew; Barberá, Pablo; Vaccari, Cristian; Siegel, Alexandra; Sanovich, Sergey; Stukal, Denis; Nyhan, Brendan** (2018). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Unver, Hamid-Akin** (2018). *Artificial intelligence, authoritarianism and the future of political systems* (July 15, 2018). EDAM Research Reports.
<https://ssrn.com/abstract=3331635>
- Valentino, Nicholas A.; Hutchings, Vincent L.; Banks, Antoine J.** (2008). "Is a worried citizen a good citizen? emotions, political information seeking, and learning via the internet". *Political psychology*, v. 29, n. 2, pp. 247-273.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00625.x>
- Vraga, Emily K.; Tully, Melissa; Rojas, Hernando** (2009). "Media literacy training reduces perception of bias". *Newspaper research journal*, v. 30, n. 4, pp. 68-81.
<https://doi.org/10.1177/073953290903000406>
- Waisbord, Silvio** (2020). "¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva". *Revista SAAP*, v. 14, n. 2, pp. 248-279.
<https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A1>
- Webster, James G.; Ksiazek, Thomas B.** (2012). "The dynamics of audience fragmentation: Public attention in an age of digital media". *Journal of communication*, v. 62, n. 1, pp. 39-56.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01616.x>
- Wojcieszak, Magdalena; De-Leeuw, Sijfra; Menchen-Trevino, Ericka; Lee, Seungsu; Huang-Isherwood, Ke M.; Weeks, Brian** (2023). "No polarization from partisan news: Over-time evidence from trace data". *The international journal of press/politics*, v. 28, n. 3, pp. 601-626.
<https://doi.org/10.1177/19401612211047194>