

El impacto de los servicios móviles de mensajería instantánea en las percepciones ciudadanas sobre la democracia en España*

Alejandra Tirado-García¹
Andreu Casero-Ripollés²

Recibido: 31/05/2024
Aceptado por pares: 27/12/2024

Enviado a pares: 17/07/2024
Aprobado: 03/03/2025

DOI: 10.5294/pacla.2025,28.2.5

Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Tirado-García, A. y Casero-Ripollés, A. (2025). El impacto de los servicios móviles de mensajería instantánea en las percepciones ciudadanas sobre la democracia en España. *Palabra Clave*, 28(2), e2825. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025,28.2.5>

Resumen

En los últimos años, la ciudadanía ha recurrido con mayor intensidad a los servicios móviles de mensajería instantánea, como WhatsApp o Telegram, en cuanto herramienta para la comunicación política. La privacidad y la comunicación cercana que los caracterizan los han convertido en un espacio preferente para el público a la hora de informarse, compartir y debatir sobre cuestiones de la vida cotidiana. Sin embargo, a pesar de su popularización, las percepciones ciudadanas sobre el uso político de estos medios han sido objeto de escasas investigaciones científicas. Por ello, analizamos la percepción de la ciudadanía respecto de las consecuencias de estos canales en la democracia, tomando como marco de estudio el caso español. La metodología utilizada se basa en una encuesta cuantitativa aplicada mediante un panel en línea. El trabajo de campo se llevó a cabo en mayo de

* Esta investigación está vinculada al proyecto de I+D con referencia PID2023 152679NB-I0 y a la RED2022-134652-T, ambos financiados por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ y Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) "Una manera de hacer Europa".

1 <https://orcid.org/0000-0001-5947-7215>. Universitat Jaume I de Castelló (España). tiradoa@uji.es

2 <https://orcid.org/0000-0001-6986-4163>. Universitat Jaume I de Castelló (España). casero@uji.es

2023 a través de Qualtrics, con una muestra de 1106 ciudadanos residentes en España. Los resultados revelan que el principal beneficio que la ciudadanía atribuye al uso de los servicios móviles de mensajería instantánea en política es el aumento de la intención de voto en elecciones y la posibilidad de participar en el debate público. En cambio, el principal perjuicio señalado es la proliferación de desinformación y de noticias falsas. Asimismo, la ciudadanía percibe que la capacidad de influir en la opinión de terceros es la característica más determinante de estos canales en el debate público. En general, el nivel de confianza en estos servicios como herramienta para mejorar la democracia es moderado. Finalmente, la ideología es la única variable que condiciona todos los aspectos estudiados.

Palabras clave

Comunicación política; percepciones ciudadanas; servicios móviles de mensajería instantánea; democracia; medios digitales.

The Impact of Mobile Instant Messaging Services on Citizens' Perceptions of Democracy in Spain*

Abstract

In recent years, citizens have made greater use of mobile instant messaging services, such as WhatsApp or Telegram, as a tool for political communication. The privacy and close communication that define these platforms have made them a preferred space for the public when it comes to accessing information, sharing and debating on issues of everyday life. However, despite their popularization, citizens' perceptions of the political use of these media have been the subject of little scientific research. For this reason, we analyze citizens' perceptions of the consequences of these channels on democracy, taking the Spanish case as a framework for study. The methodology used is based on a quantitative survey applied through an online panel. Fieldwork was carried out in May 2023 through Qualtrics, with a sample of 1106 citizens residing in Spain. Findings show that the main benefit that citizens associate with the political use of mobile messaging services is an increased intention to vote in elections and the opportunity to participate in public debate. On the other hand, the main harm reported is the spread of misinformation and false news. Additionally, citizens perceive that the capacity to influence the opinion of third parties is the most decisive characteristic of these channels in public debate. Overall, the level of confidence in these services as a tool for improving democracy is moderate. Finally, political ideology is the only variable that conditions all aspects studied.

Keywords

Political communication; citizen perceptions; mobile instant messaging services; democracy; digital media.

* This research is linked to the R&D project with reference PID2023 152679NB-I0 and RED2022-134652-T, both funded by MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ and European Regional Development Fund (ERDF) "A way of doing Europe".

O impacto dos serviços móveis de mensagens instantâneas nas percepções cidadãs sobre a democracia na Espanha*

Resumo

Nos últimos anos, a cidadania tem recorrido com mais intensidade aos serviços móveis de mensagens instantâneas, como WhatsApp ou Telegram, como ferramenta de comunicação política. A privacidade e a comunicação próxima que os caracterizam os tornaram o espaço preferencial para o público se informar, compartilhar e discutir questões cotidianas. No entanto, apesar de sua popularização, as percepções cidadãs sobre o uso político dessas mídias têm sido objeto de poucas pesquisas científicas. Por isso, analisamos as percepções cidadãs quanto às consequências desses canais para a democracia, tendo como caso de estudo a Espanha. A metodologia utilizada baseia-se em uma pesquisa quantitativa aplicada por meio de um painel on-line. O trabalho de campo foi realizado em maio de 2023, por meio do Qualtrics, com uma amostra de 1106 cidadãos residentes na Espanha. Os resultados revelam que o principal benefício que os cidadãos atribuem ao uso de serviços móveis de mensagens instantâneas na política é o aumento da intenção de voto nas eleições e a possibilidade de participar de debates públicos. Em contrapartida, o principal prejuízo relatado é a proliferação de desinformação e das notícias falsas. Além disso, os cidadãos percebem que a capacidade de influenciar a opinião de terceiros é a característica mais decisiva desses canais no debate público. Em geral, o nível de confiança nesses serviços como ferramenta para melhorar a democracia é moderado. Por fim, a ideologia é a única variável que condiciona todos os aspectos analisados.

Palavras-chave

Comunicação política; percepções cidadãs; serviços móveis de mensagens instantâneas; democracia; meios digitais.

* Esta pesquisa está vinculada ao projeto de P&D com referência PID2023 152679NB-I0 e RED2022-134652-T, ambos financiados pelo MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ e pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (ERDF) "A way for Europe".

Introducción

Frente a unas opciones muy limitadas en la era de la comunicación de masas, el entorno digital ha abierto nuevas posibilidades para la participación ciudadana, redefiniendo su capacidad para interactuar con los actores políticos e incrementando su agencia para actuar en los asuntos públicos. Si bien antes el margen de maniobra que tenía la ciudadanía para participar políticamente y condicionar el funcionamiento de la esfera pública era muy restringido, la implantación progresiva de las tecnologías digitales durante los últimos veinticinco años ha propiciado un nuevo escenario en el que la ciudadanía puede incidir efectivamente en la esfera pública digital, dando lugar a una ciudadanía digital como nuevo sujeto político (Isin y Ruppert, 2020).

Los medios sociales han posibilitado el desarrollo de nuevas formas de participación política, ya que permiten a los ciudadanos ser partícipes de los procesos de construcción de la agenda y el debate público sobre los problemas y las controversias sociopolíticas. Su potencial es relevante para fomentar la participación cívica, especialmente entre la gente joven (Boulianne, 2015), puesto que a través de estas plataformas digitales pueden aspirar a construir su agenda con relativa autonomía y de forma proactiva, aunque su influencia no puede compararse con la que poseen los medios de comunicación y los políticos (Casero-Ripollés y Moret-Soler, 2022). La ciudadanía ha encontrado en los medios digitales un espacio que les facilita no solo consumir noticias y debatir asuntos políticos, sino también generar contenido y profundizar en estos (Vromen, 2017). Reflejo de ello es el auge de las campañas políticas, movilizaciones y activismo digital que ha tenido lugar en los últimos años y que demuestra la relevancia de estos medios en la esfera política contemporánea (De Aguilera y Casero-Ripollés, 2018).

Tradicionalmente, plataformas como X (antes Twitter) y Facebook han sido las herramientas digitales por excelencia para el que los ciudadanos impulsen formas de activismo político. Sin embargo, una de las principales herramientas que están recientemente popularizando su uso político entre la ciudadanía son los servicios móviles de mensajería instantánea, como WhatsApp o Telegram. Su privacidad los hace espacios interesantes para difundir información sobre problemas sociales de la vida cotidiana (Case-

ro-Ripollés, 2020), lo que ha contribuido a que el número de usuarios que utilizan estas plataformas crezca exponencialmente en los últimos años. Con datos de julio de 2023, WhatsApp tenía 2244 millones de usuarios en todo el mundo, mientras Telegram alcanzaba los 800 millones.

Los servicios móviles de mensajería instantánea posibilitan conversaciones en un entorno cerrado en el que los mensajes que envían los usuarios llegan a los dispositivos de sus receptores de forma privada, sin el acceso de terceros (Vermeer et al., 2021). Esta característica es aprovechada por los ciudadanos que, frente a las redes sociales más abiertas e inclusivas, los utilizan para crear grupos sociales más pequeños (Valeriani y Vaccari, 2018). Así, los grupos de amigos, los partidos o las Administraciones públicas utilizan WhatsApp para organizarse, informar, difundir comunicados o, simplemente, interactuar con grupos de militantes o simpatizantes. De hecho, un 73 % de los españoles afirmaban que comentan la actualidad política en WhatsApp (Pont-Sorribes et al., 2020).

Si bien existen numerosas investigaciones sobre el impacto de las redes sociales en la política, los servicios móviles de mensajería instantánea han recibido una atención menor por parte de la literatura (Baulch et al., 2024). Algunos estudios han examinado su uso como medios de comunicación e información, y como canales que han modificado los hábitos productivos del periodismo (Boczek y Koppers, 2020; Dodds, 2019; Fares, 2018), pero la investigación sobre las percepciones ciudadanas sobre las oportunidades que estas herramientas ofrecen para la democracia todavía es muy limitada. Sin embargo, su uso político es creciente, tanto en lo referente a la movilización ciudadana como a la recepción de desinformación (Rossini, 2023), por lo que es necesario un análisis específico de estas plataformas. Comprender cómo los ciudadanos perciben estas herramientas nos ayudará a evaluar si realmente son vistas como instrumentos de empoderamiento y fomentan una democracia más participativa o, si, por el contrario, generan efectos negativos, como puede ser la polarización. Así, con este análisis se pretende examinar la incidencia que el entorno digital tiene en la política y la democracia desde el punto de vista de la ciudadanía. Una de las técnicas más apropiadas, desde una perspectiva científica, para abor-

dar este objeto de estudio es el uso de la encuesta cuantitativa. Por ello, se ha aplicado esta metodología mediante el recurso al panel en línea, administrado por Qualtrics.

La ciudadanía en la comunicación política digital

En el escenario clásico de la comunicación de masas, los ciudadanos eran quienes menor capacidad de influencia tenían, pues se ubicaban como meros espectadores de las interacciones entre periodistas y políticos (Wolton, 1990). Estos quedaban relegados a una posición marginal (Blumler y Kavanagh 1999), en la que su papel estaba limitado a ejercer el voto en las elecciones. Sin embargo, el avance de las tecnologías y el desarrollo de las competencias digitales han dado forma a un nuevo modelo de comunicación que dota a la ciudadanía de un rol más activo en el proceso comunicativo y le otorga cierta autonomía creativa (Castells, 2013).

La introducción de las plataformas digitales en la política y su uso por parte de los ciudadanos ha hecho que cualquier usuario pueda producir y difundir sus mensajes y opiniones que, potencialmente, pueden alcanzar una audiencia masiva, de forma que introducen nuevas coordenadas en la comunicación política (Klinger et al., 2023). En este entorno digital más abierto y competitivo (Casero-Ripollés y Moret-Soler, 2022), cualquier ciudadano puede acceder al debate público, por lo que aumentan y se diversifican los actores involucrados en este (Ruiz et al., 2011). Así, se amplía la pluralidad de voces hacia una esfera pública más democrática (Benkler, 2006).

Del mismo modo, la plataformización de la comunicación política también ha generado la creación de públicos en red (Ito, 2008), ya que permiten a los usuarios conectar con otros con quienes comparten gustos o intereses (Tufekci, 2017), pudiendo convertirse en *influencers* conectivos (Casero-Ripollés y Ribeiro, 2023). Pese a la supremacía de los medios de comunicación tradicionales, estos están empezando a cuestionar su influencia a la hora de establecer marcos en los acontecimientos políticos (Vliegenthart et al., 2016) o influir en terceros (Zaller, 1992).

La literatura ha señalado dos posturas sobre el papel que desempeñan los ciudadanos en la comunicación política digital. Por una parte, se

defiende que los medios sociales generan un poder más distribuido dada su horizontalidad (Castells, 2013) y dotan a la ciudadanía de una nueva herramienta política (Bennett y Segerberg, 2013; Gerbaudo, 2012; Heimans y Timms, 2018). Por otra, algunos estudios manifiestan que el poder sigue en manos de las élites, quienes han trasladado su predominio al entorno digital. En este sentido, según Navarra (2019), asistimos a una regresión en cuanto a la contribución de los medios sociales a la creación de una ciudadanía con mayor autonomía política y con mayor capacidad para condicionar el debate público digital. Además, algunos autores consideran que, pese a su potencial democrático, los medios digitales se están convirtiendo en una herramienta de manipulación política de la ciudadanía y una herramienta de vigilancia que generan peligros para la democracia (Couldry y Mejias, 2019; Vaidhyanathan, 2018).

El uso de los servicios móviles de mensajería instantánea para la participación ciudadana

Los medios sociales se han consolidado como una de las herramientas principales del proceso de cambio del paradigma comunicativo en la esfera política actual (Jungherr et al., 2020). Pese a que estas plataformas surgen con un propósito social, la conectividad, inmediatez, portabilidad, personalización y ubicuidad de estas tecnologías están contribuyendo a redefinir el escenario comunicativo y social en un sentido amplio (Aguado, 2020). La potente capacidad de viralización de estas plataformas digitales ha dado lugar a la difusión comunitaria de los contenidos y la transformación; por ende, de la relación entre los actores políticos y la ciudadanía.

En este nuevo escenario, a pesar de que prevalece el rol central de los medios de comunicación, la consolidación de los medios sociales como herramienta comunicativa ha permitido, por una parte, cierto margen de autonomía a los actores políticos en la producción y difusión de sus mensajes, y, por otra, el empoderamiento ciudadano a través de las plataformas digitales (Castells, 2009). De esta forma, estas plataformas digitales están ocupando un papel central no solo en las interacciones sociales, sino también en los hábitos de consumo de la información e, incluso, en la participación política de la ciudadanía (Gil de Zúñiga et al., 2021).

En el entorno digital actual, los medios sociales que establecen lazos débiles, es decir, aquellos que conectan a usuarios fuera de sus círculos más cercanos (Strauß et al., 2020), como X (antes Twitter) y Facebook (Giansante, 2015; Plantin y Punathambekar, 2019), han sido las principales herramientas digitales para la participación política y el activismo social. Sin embargo, recientemente se han sumado a este ecosistema los servicios móviles de mensajería instantánea, como WhatsApp o Telegram, considerados plataformas de lazos fuertes (Strauß et al., 2020). Estas permiten una comunicación más directa y sin intermediarios, reduciendo el ruido informativo característico de la saturación de publicaciones en otras redes sociales.

En estos canales, el usuario percibe la interacción como una conversación privada y la relación entre emisores y receptores es más estrecha. Dado que los mensajes se envían de manera específica entre contactos, la confianza en el remitente es mayor, actuando este como un “curador de contenidos”. De hecho, la confianza en quien envía la información llega a ser más determinante que la fuente original de la noticia, entendida como el medio que la publica (Masip et al., 2021). En esta línea, los estudios recientes sugieren que en este tipo de plataformas circula menos información falsa que en aquellas basadas en lazos débiles (Alonso-Muñoz et al., 2024).

Los servicios móviles de mensajería instantánea se han posicionado como un espacio para fomentar la participación política entre los ciudadanos más activos (Baulch et al., 2024). Al respecto, algunos estudios destacan que la discusión en WhatsApp tiene una influencia positiva en el activismo y un efecto más matizado en la participación convencional (Gil de Zúñiga et al., 2019). En todo caso, si bien hay una fuerte correlación entre el uso de WhatsApp para compartir contenido político y su participación en protestas políticas (Gil de Zúñiga y Goyanes, 2023), no tiene por qué ser indicador de la acción de voto (Valenzuela et al., 2019).

En el contexto español, un ejemplo de esta potencialidad de los servicios móviles de mensajería instantánea fue el caso de Tsunami Democràtic en 2019 en Cataluña como respuesta a la sentencia del juicio del proceso independentista. Este colectivo creó un canal de Telegram que sirvió a sus

seguidores para organizar la movilización, difundir sus objetivos y organizar sus protestas (López-Tárraga, 2020).

Las investigaciones previas también han señalado que los servicios móviles de mensajería instantánea fomentan la discusión política entre aquellos que tienen menos confianza en compartir sus opiniones políticas en los medios abiertos en línea (Gil de Zúñiga et al., 2021; Valeriani y Vaccari, 2018). De igual forma que los partidos políticos recurren a estos canales para blindarse ante posibles críticas de sus adversarios (Tirado-García, 2022), la ciudadanía también busca estos espacios para sentirse más segura al opinar y evitar posibles reacciones negativas. Sin embargo, esta faceta dificulta que los individuos con puntos de vista divergentes intercambien opiniones, por lo que también puede llevar a riesgos, como la creación de cámaras de eco y la polarización del discurso (Borbath et al., 2023; Strauß et al., 2020; Sunstein, 2018).

Metodología

Esta investigación, de naturaleza exploratoria, tiene como principal objetivo conocer cuáles son las actitudes y opiniones de la ciudadanía en relación con las posibilidades ofrecidas para la democracia por los servicios móviles de mensajería instantánea. Para ello, se ha empleado la técnica del análisis de contenido cuantitativo a través de una encuesta en línea (CEISH/19/2022). El cuestionario fue lanzado en mayo de 2023 a través de Qualtrics, una plataforma especializada en la realización de encuestas en línea. En la composición del panel de encuestados, mediante una estratificación previamente establecida por los investigadores, se han reproducido las características sociodemográficas de la población española para garantizar la representatividad de los resultados obtenidos. Por otra parte, Qualtrics aplica sistemas de detección de respuestas inconsistentes, de forma que minimiza la influencia de respuestas aleatorias. Por tanto, la plataforma utilizada para el trabajo de campo de la encuesta garantiza resultados fiables y no sesgados porque combina un muestreo estratégico y un sólido control de calidad.

El periodo de recolección de las respuestas fue de una semana y el criterio temporal responde a un momento clave por tratarse de la antesala de

tres comicios: municipales y autonómicos (ambos 28 de mayo de 2023) y nacionales (23 de julio de 2023). Este fue contestado por 1106 ciudadanos residentes en España (50/50 equilibrio de género y mayores de 18 años).

Se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- PI1: ¿Cuáles son las principales consecuencias que el uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea tiene en la democracia desde la perspectiva ciudadana?
- PI2: ¿Cuál es la principal capacidad que tiene el uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea a la hora de condicionar el debate social desde el punto de vista ciudadano?
- PI3: ¿Qué nivel de confianza tiene la ciudadanía en el uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea para mejorar la democracia?
- PI4: ¿Existen diferencias en las actitudes y opiniones de la ciudadanía sobre las posibilidades ofrecidas para la democracia por los servicios móviles de mensajería instantánea en función de los factores sociopolíticos?

Cuatro variables se han utilizado para responder a las preguntas de investigación:

- Consecuencias positivas del uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea en la democracia desde la perspectiva ciudadana. Se pide a los participantes que indiquen cuál consideran que es la principal consecuencia favorable que tiene en la democracia el uso político de plataformas como WhatsApp o Telegram entre estas ocho categorías excluyentes: ninguna, ampliación de temas en la agenda pública, posibilidad de participación en el debate público, reducción de la desafección política, aumento de la intención de voto, eliminación de la desinformación y las noticias falsas, aumento de la libertad de expresión, y otras.

- Consecuencias negativas del uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea en la democracia desde la perspectiva ciudadana. Se pide a encuestados que indiquen cuál consideran que es la principal consecuencia desfavorable que tiene en la democracia el uso político de plataformas como WhatsApp o Telegram entre estas ocho categorías excluyentes: ninguna, difusión de información superficial/anecdótica, creación de cortinas de humo para evitar que la ciudadanía vea lo realmente importante, empobrecimiento del debate público, espectacularización de la política, aumento de la desinformación y las noticias falsas, aumento de la polarización política, los populismos y los extremismos, y otras.
- Principal capacidad que tienen los servicios móviles de mensajería instantánea para condicionar el debate social desde la perspectiva ciudadana. Se pide a los usuarios que indiquen cuál consideran que es la principal competencia que tiene el uso político de plataformas como WhatsApp o Telegram para influir en el debate público, entre estas ocho categorías excluyentes: ninguna, fijar la agenda pública de temas, fijar el tema de la discusión, condicionar la opinión de terceras personas, fijar el encuadre o enfoque de las noticias, condicionar el proceso de toma de decisiones, condicionar el contenido de los medios de comunicación, y otras.
- Grado de confianza que se otorga a los servicios móviles de mensajería instantánea a la hora de mejorar la democracia desde la perspectiva ciudadana. Los encuestados son preguntados sobre el nivel de confianza en el uso político de plataformas como WhatsApp o Telegram para mejorar la calidad democrática.

Esta variable se ha medido con una escala Likert, donde 1 = no confío nada, en absoluto; y 5 = confío plenamente.

Además, se han utilizado cuatro variables independientes de naturaleza sociopolítica:

- Género: Se divide en dos categorías: hombres y mujeres.

- Edad: Se divide en cinco categorías: 18-24, 25-34, 35-44, 45-64, y 65+.
- Nivel de ingresos: Se divide en siete categorías: no tiene ingresos de ningún tipo, menor o igual a 300 euros, de 301 euros a 900 euros, de 901 euros a 1800 euros, de 1801 euros a 3000 euros, de 3001 euros a 6000 euros, y más de 6000 euros.
- Ideología: Se divide en cinco categorías: izquierda radical, izquierda moderada, centro, derecha, extrema derecha y apolítico.

Para estudiar la independencia entre las variables categóricas, se ha aplicado la prueba chi-cuadrado. El valor de significación establecido es $<0,05$. Por otra parte, a fin de comprobar la relación entre variables numéricas, se ha realizado la prueba Anova (por sus siglas en inglés) para conocer la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre grupos en razón de cada variable dependiente analizada (Babbie, 2004). El procesamiento de los datos ha sido ejecutado con el paquete estadístico SPSS v.29.

Resultados

Los resultados derivados de la investigación permiten obtener nuevos conocimientos para examinar la incidencia que el entorno digital tiene en la participación política y la democracia desde el punto de vista de la ciudadanía. Además, nuestros hallazgos demuestran los factores que influyen en las percepciones ciudadanas en relación con las posibilidades democráticas ofrecidas por los servicios móviles de mensajería instantánea.

Consecuencias democráticas

Consecuencias positivas

En primer lugar, el estudio permite observar que las categorías vinculadas a la participación ciudadana registran valores más elevados que el resto. En este sentido, los encuestados destacan el aumento de la intención de voto en las elecciones (19,2 %), el incremento de la posibilidad de partici-

par en el debate público (18,5 %) y el crecimiento de la libertad de expresión (17,6 %) (tabla 1). Por su parte, la ampliación de temas de la agenda pública registra un valor muy poco relevante (6,0 %) (tabla 1). Así, en España los ciudadanos consideran que el uso político de canales como Telegram o WhatsApp tiene un efecto positivo en la decisión de ir a votar y, a su vez, les permite mayor libertad a la hora de opinar sobre ciertos temas, pero no creen que estas plataformas tengan capacidad para trasladarlos a la agenda pública.

Tabla 1. Consecuencias positivas del uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea en la democracia desde la perspectiva ciudadana

Consecuencias positivas	Porcentaje (%)
Aumento de la intención de voto	19,2
Posibilidad de participación en el debate público	18,5
Aumento de la libertad de expresión	17,6
Ninguno	15,6
Eliminación de la desinformación y las noticias falsas	10,5
Reducción de la desafección política	10,1
Ampliación de temas en la agenda pública	6,0
Otros	2,4
Total	100

Fuente: elaboración propia.

Un análisis pormenorizado de los datos en función de las variables independientes permite observar que los ingresos ($\chi^2(12) = 100\ 608$; $p < 0,001$) y la ideología ($\chi^2(12) = 80\ 257$; $p < 0,001$) son factores condicionantes a la hora de señalar las consecuencias positivas del empleo político de los servicios móviles de mensajería instantánea. El género y la edad, por su parte, no tienen influencia en este sentido.

Considerando los resultados por ideología, mientras la izquierda se inclina por destacar el crecimiento de la libertad de expresión que supone el uso de este tipo de tecnologías digitales en relación con la participación política (izquierda radical = 23,1 % e izquierda moderada = 20,4 %) (tabla A1), la derecha considera el aumento de la intención de voto como principal consecuencia positiva (derecha moderada = 24,2 % y extrema derecha = 17,4 %) (tabla A1). Por su parte, los apolíticos no consideran que el uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea tenga ninguna consecuencia positiva en la democracia (32,4 %) (tabla A1).

Si atendemos a los datos según el nivel económico, los ciudadanos que no perciben ningún ingreso y aquellos que tienen un nivel de renta baja no consideran que los servicios móviles de mensajería instantánea afecten de forma positiva la democracia (sin ingresos = 21,2 % y nivel bajo = 20,8 %) (tabla A1). A medida que aumenta la renta de los encuestados, también aumenta su optimismo. Mientras los que tienen un nivel económico medio se decantan por destacar que estas herramientas generan un aumento de la posibilidad de participación en el debate público (19,9 %) (tabla A1), los encuestados con mayor nivel de ingresos consideran que el uso político de estas plataformas tiene como principal beneficio democrático el aumento de la libertad de expresión (22,8 %) (tabla A1).

Consecuencias negativas

Los resultados revelan que la ciudadanía considera que la utilización de los servicios móviles de mensajería instantánea desde el punto de vista político perjudica principalmente a la democracia en un sentido estrictamente informativo. Así, destacan como consecuencias negativas la contribución a extender la desinformación y las noticias falsas (24,1 %), a auspiciar la creación de cortinas de humo para evitar que la ciudadanía sea capaz de conocer el fondo de los asuntos públicos y lo que realmente importa (15,2 %) y a fomentar la espectacularización de la política (14,9 %) (tabla 2). Por su parte, consecuencias como el aumento de la polarización política, los populismos y los extremismos (7,5 %) no alcanzan valores relevantes (tabla 2).

Tabla 2. Consecuencias negativas del uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea en la democracia desde la perspectiva ciudadana

Consecuencias negativas	Porcentaje (%)
Aumento de la desinformación y las noticias falsas	24,1
Creación de cortinas de humo para evitar que la ciudadanía vea lo realmente importante	15,2
Espectacularización de la política	14,9
Empobrecimiento del debate público	12,7
Ninguno	12,3
Difusión de la información superficial/anecdótica	10,9
Aumento de la polarización política, los populismos y los extremismos	7,5
Otros	2,3
Total	100

Fuente: elaboración propia.

El análisis correspondiente de los datos a las consecuencias negativas con base en las variables independientes planteadas revela que la edad ($\chi^2(12) = 57\ 218; p < 0,001$) y la ideología ($\chi^2(12) = 120\ 352; p < 0,001$) son factores de influencia. Sin embargo, otros como el género y el nivel de estudios no están relacionadas con las consecuencias negativas del empleo político de los servicios móviles de mensajería instantánea.

Con respecto a los resultados en función de la edad, todos los grupos hasta los 64 años destacan de forma significativa el aumento de la desinformación y las noticias falsas como principal consecuencia negativa sobre la democracia del uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea. Sin embargo, los ciudadanos de mayor edad son los que se muestran más optimistas con respecto a esta cuestión, ya que consideran que su uso no tiene ninguna consecuencia negativa a nivel democrático (24,3 %) (tabla A2).

Los datos analizados demuestran respecto de la ideología que la principal consecuencia perjudicial del uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea es, según los ciudadanos de izquierdas, el aumento de la desinformación y las noticias falsas (28,9 %), mientras los de dere-

chas señalan la creación de cortinas de humo y la espectacularización de la política (ambas con un 17,4 %) (tabla A2). Los apolíticos consideran que el empleo político de estas plataformas digitales no tiene perjuicios para la democracia (35,5 %) (tabla A2).

Condicionamiento del debate social

El análisis realizado sobre la principal capacidad que tiene el uso político de las aplicaciones móviles de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram a la hora de condicionar el debate social revela que la influencia en la opinión de terceras personas (20,7 %) y ninguna (17,3 %) son las respuestas más frecuentes entre los ciudadanos encuestados (tabla 3). Destaca que la ciudadanía no considera que el uso político que se les da a estas plataformas condicione la fijación de la agenda pública de temas (4,6 %), por lo que no han restado autoridad a los medios de comunicación tradicionales en cuanto al establecimiento de la agenda (tabla 3).

Tabla 3. Principal capacidad que tienen los servicios móviles de mensajería instantánea para condicionar el debate social desde la perspectiva ciudadana

Capacidad para condicionar el debate social	Porcentaje (%)
Condicionar la opinión de terceras personas	20,7
Ninguna	17,3
Fijar el tema de la discusión	15,6
Fijar el encuadre o enfoque de las noticias	15,0
Condicionar el proceso de toma de decisiones	13,4
Condicionar el contenido de los medios de comunicación	9,9
Fijar la agenda pública de temas	4,6
Otras	3,4
Total	100

Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos correspondiente al condicionamiento del debate social en función de los factores planteados revela que el género ($\chi^2(12) = 21\ 165$; $p < 0,001$) y la ideología ($\chi^2(12) = 90\ 074$; $p < 0,001$)

son variables influyentes. Otras como la edad y el nivel de estudios no presentan una relación significativa.

Si atendemos a la variable de género, las mujeres consideran que el uso político de estas plataformas sí tiene capacidad para afectar el debate público en cuanto condiciona la opinión de terceras personas (24,4 %) y contribuye a fijar los temas de discusión social (17,7 %) (tabla A3). Sin embargo, los hombres se inclinan por la opción de que la actividad política que se desarrolla en estos servicios no tiene ninguna potencialidad a la hora de influir en el debate público (20,6 %) (tabla A3).

En relación con la ideología, tanto las personas de derechas como de izquierdas coinciden en que la mayor potencialidad del uso político de las aplicaciones móviles de mensajería instantánea a la hora de condicionar el debate público es la influencia en las opiniones de terceras personas, debido, principalmente, al carácter cercano y privado de este tipo de canales. Por su parte, un 37 % de los apolíticos consideran que su uso no tiene ninguna capacidad para condicionar la discusión pública (tabla A3).

Confianza para mejorar la democracia

Los datos obtenidos revelan que, políticamente, la ciudadanía confía en los servicios móviles de mensajería instantánea en un nivel moderado a la hora de mejorar la democracia, con un valor medio de 2,913 en una escala de cero a cinco. Esto pone de manifiesto que, en general, los ciudadanos son conscientes del potencial político que pueden llegar a tener estas plataformas, pero todavía son cautos en cuanto a la confianza que depositan en ellas para la renovación democrática. La confianza para mejorar la democracia del uso político de estas plataformas muestra una relación estadísticamente significativa con dos de las variables independientes estudiadas. Así, según la prueba Anova, tanto el género ($p = <0,001$; $M = 2,91$; $DS = 1,209$) como la ideología ($p = <0,001$; $M = 2,91$; $DS = 1,209$) son factores determinantes en este sentido ($p = <0,001$; $M = 2,91$; $DS = 1,209$) (tabla A4).

Por lo que respecta al género, son las mujeres las que tienen mayor confianza en la actividad política que se desarrolla en aplicaciones como Whats-

App o Telegram a la hora de mejorar la calidad democrática ($M = 3,02$; $DS = 1,183$) (tabla A4). Si bien los hombres también presentan un valor significativo en este aspecto, aunque su nivel de confianza es más moderado ($M = 2,91$; $DS = 1,203$) (tabla A4).

En cuanto a la influencia de la ideología, los ciudadanos de centro son los que se muestran más confiados en el uso político de este tipo de herramientas para la mejora de la democracia ($M = 3,08$; $DS = 1,105$), y a medida que la ideología se desplaza hacia los extremos, tanto en el caso de la izquierda radical ($M = 2,76$; $DS = 1,262$) como de la extrema derecha ($M = 2,84$; $DS = 1,381$), los ciudadanos se muestran menos confiados al respecto (tabla A4). No obstante, los apolíticos son quienes registran el nivel de confianza más bajo ($M = 2,32$; $1,271$) (tabla A4).

Discusión y conclusiones

Esta investigación aporta contribuciones originales sobre las actitudes y opiniones de la ciudadanía en relación con las posibilidades ofrecidas para la democracia, así como sobre la incidencia de los factores sociopolíticos. Por tanto, los hallazgos obtenidos nos permiten conocer cómo los distintos sectores de la sociedad adoptan o rechazan estas herramientas para su uso político y entender los desafíos de la era digital en lo que se refiere a la participación y la gobernanza democrática.

En primer lugar, los resultados revelan que, según la percepción ciudadana, las aplicaciones como WhatsApp o Telegram contribuyen a mejorar positivamente aspectos centrales de la participación ciudadana, como la intención de voto, la posibilidad de intervenir en el debate público y la libertad de expresión (PI1). Esto podría estar relacionado con el hecho de que estas plataformas posibilitan una comunicación más directa y desintermediada, de forma que los ciudadanos se sienten más seguros en estos espacios a la hora de opinar, al sentirse protegidos ante críticas de terceros (Tirado-García, 2022). Por su parte, nuestros datos revelan que las principales desventajas de estas herramientas percibidas por la ciudadanía pertenecen al terreno estrictamente informativo (PI1), como el aumento de la desinformación y la creación de cortinas de humo. La potente capaci-

dad de viralización de información de estas plataformas digitales puede ser uno de los factores explicativos de este hecho.

En segundo lugar, nuestros resultados permiten observar que la principal capacidad que tiene el uso político de las aplicaciones móviles de mensajería instantánea para la ciudadanía a la hora de condicionar el debate público es la influencia en la opinión de terceras personas, debido principalmente al carácter cercano que caracteriza la comunicación en este tipo de canales. Este aspecto ratifica la teoría de Goyanes et al. (2023) sobre el predominio de lazos fuertes en estos espacios, ya que estas plataformas generan la sensación de que los contenidos recibidos son parte de una conversación privada y la relación entre los usuarios es más próxima. Esto puede comportar la emergencia de riesgos, como las cámaras de eco o la polarización del discurso político (Borbath et al., 2023; Strauß et al., 2020; Sunstein, 2018), ya que los usuarios retroalimentan sus opiniones con otras similares a las propias.

El tercero de los hallazgos revela que la ciudadanía todavía es cautelosa con el nivel de confianza que depositan en el uso político de los servicios móviles de mensajería instantánea como vía para mejorar la calidad democrática (PI3). Si bien se detecta cierto grado de confianza en estas aplicaciones para fortalecer la democracia, todavía no presenta niveles elevados, probablemente por tratarse de plataformas emergentes, circunstancia que lleva a la ciudadanía a desarrollar una actitud conservadora frente a ellas.

La cuarta contribución de esta investigación permite identificar los factores sociopolíticos que influyen en las actitudes y opiniones de la ciudadanía sobre las posibilidades democráticas de los servicios móviles de mensajería instantánea. En este sentido, la ideología es la única variable que condiciona todos los aspectos estudiados (PI4). El género, la edad y los ingresos económicos solo influyen en algunas de las cuestiones analizadas. Así, la posición política de la ciudadanía resulta determinante a la hora de percibir cómo las aplicaciones móviles inciden en la política y la democracia.

Con todo, esta investigación de carácter exploratorio es innovadora en cuanto aborda un fenómeno emergente desde la perspectiva ciudadana y

puede ser el punto de partida para comprender el papel de la mensajería instantánea en la democracia digital y las implicaciones sociopolíticas de esta. Sin embargo, presenta dos principales limitaciones. La primera está relacionada con el carácter descriptivo del análisis. Pese a ello, los datos obtenidos sirven para estudios futuros que exploren variables adicionales. La segunda tiene que ver con el hecho de que los datos pertenecen a un único país. En futuras investigaciones, sería interesante añadir un enfoque comparativo con muestras de varios países para contrastar los resultados obtenidos y determinar el rol de estas plataformas en contextos geográficos más amplios.

Referencias

- Aguado, J. M. (2020). *Mediaciones ubicuas: Ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público*. Gedisa.
- Alonso-Muñoz, L., Tirado García, A. y Casero-Ripollés, A. (2024). The effects of disinformation among citizens of in Spain, UK and Germany: Digital platforms, topics, consequences and influence of sociodemographic factors. *Online Information Review*, 48(7), 1412-1430. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2024-0138>
- Babbie, E. (2004). *The practice of social research* (10.^a ed.). Thompson.
- Baulch, E., Johns, A. y Matamoros-Fernández, A. (2024). A critical review of media and communications scholarship on messaging apps. En M. M. Skoric y N. Pang (eds.), *Research Handbook on Social Media and Society* (pp. 270-286). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781800377059,00031>
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Bennett, W. L. y Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731. [https://doi.org/10.1111/j.1460-2466,2008,00410.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x)

- Blumler, J. G. y Kavanagh, D. (1999) The third age of political communication: Influences and features. *Political Communication*, 16(3), 209-230. <https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- Boczek, K. y Koppers, L. (2020). “What’s new about WhatsApp for news? A mixed method study on news outlets’ strategies for using WhatsApp”. *Digital journalism*, 8(1), 126-144. <https://doi.org/10.1080/21670811,2019,1692685>
- Borbath, E., Hutter, S. y Leininger, A. (2023). Cleavage politics, polarisation and participation in Western Europe. *West European Politics*, 46(4), 631-651. <https://doi.org/10.1080/01402382,2022,2161786>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015,1008542>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impacto del covid-19 en el sistema de medios: Consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote. *Profesional de la Información*, 29(2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Casero-Ripollés, A. C. y Moret-Soler, D. (2022). La ciudadanía en la comunicación política digital en España: Avances y retos pendientes. En B. García-Orosa (dir.), *25 años de ciberdemocracia en España: Estrategias y actores emergentes. Nuevas formas de comunicación, nativos digitales y actores periféricos* (pp. 43-59). Aranzadi.
- Casero-Ripollés, A. y Ribeiro, V. (2023). Blurring boundaries in political journalism? The digital authority of citizens in the public debate on Twitter. En M. C. Negreira-Rey, J. Vázquez-Herrero, J. Sixto-García y X. López-García (eds.), *Blurring boundaries of journalism in digital media: New actors, models and practices* (pp. 121-133). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43926-1_9

- Castells, M. (2013). *Communication power*. Oxford University Press.
- Couldry, N. y Mejias, U.A. (2019). Data colonialism: Rethinking big data's relation to the contemporary subject. *Television New Media*, 20(4), 336-349. <https://doi.org/10.1177/1527476418796632>
- De Aguilera, M. y Casero-Ripollés, A. (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. *Icono 14: Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 16(1), 1-21. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1162>
- Dodds, T. (2019). Reporting with WhatsApp: Mobile chat applications' impact on journalistic practices. *Digital Journalism*, 7(6), 725-745. <https://doi.org/10.1080/21670811,2019,1592693>
- Fares, F. (2018). WhatsApp y periodismo: Análisis del uso de WhatsApp en los medios de información españoles. *Hipertext.net*, 16, 78-92. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i16,12>
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. Pluto Press.
- Giansante, G. (2015). *La comunicación política online: Cómo utilizar la web para construir consenso y estimular la participación*. UOC.
- Gil de Zúñiga, H., Ardèvol-Abreu, A. y Casero-Ripollés, A. (2021). WhatsApp political discussion, conventional participation and activism: Exploring direct, indirect and generational effects. *Information, Communication & Society*, 24(2), 201-218. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2019,1642933>
- Gil de Zúñiga H. y Diehl T. (2019). News finds me perception and democracy: Effects on political knowledge, political interest, and voting. *New Media & Society*, 21(6), 1253-1271. <https://doi.org/10.1177/1461444818817548>

- Gil de Zúñiga, H. y Goyanes, M. (2023). Fueling civil disobedience in democracy: WhatsApp news use, political knowledge, and illegal political protest. *New Media & Society*, 25(12), 3500-3520. [https://doi.org/10,1177/14614448211047850](https://doi.org/10.1177/14614448211047850)
- Goyanes, M., Borah, P. y Gil de Zúñiga, H. (2023). Political conversations and regret: A qualitative evaluation on the aftermath of political discussions on social media. *Profesional de la Información*, 32(3), e320302. <https://doi.org/10,3145/epi.2023.may.02>
- Heimans J. y Timms, H. (2018). *New power: Why outsiders are winning, institutions are failing, and how the rest of us can keep up in the age of mass participation*. Pan Macmillan.
- Isin, E. y Ruppert, E. (2020). *Being digital citizens*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Ito, M. (2008). Introduction. En K. Varnelis (ed.), *Networked publics* (pp. 1-14). MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7993,003,0003>
- Jungherr, A., Rivero, G. y Gayo-Avello, D. (2020). *Retooling politics: How digital media are shaping democracy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10,1017/9781108297820>
- Klinger, U., Kreiss, D. y Mutsvairo, B. (2023). *Platforms, power, and politics: An introduction to political communication in the digital age*. Polity.
- López-Tárraga, A. B. (2020). Comunicación de crisis y Ayuntamientos: El papel de Telegram durante la crisis sanitaria de la covid-19. *RAEIC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7(14), 104-126. <https://doi.org/10.24137/raeic.7.14,5>
- Masip, P., Suau, J., Ruiz-Caballero, C., Capilla, P. y Zilles, K. (2021). News engagement on closed platforms. Human factors and technologi-

cal affordances influencing exposure to news on WhatsApp. *Digital Journalism*, 9(8), 1062-1084, <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1927778>

Navarria, G. (2019). *The networked citizen: Power, politics, and resistance in the Internet age*. Springer.

Plantin, J. C. y Punathambekar, A. (2019). Digital media infrastructures: Pipes, platforms, and politics. *Media, Culture & Society*, 41(2), 163-174. <https://doi.org/10.1177/0163443718818376>

Pont-Sorribes, C., Besalú, R. y Codina, L. (2020). WhatsApp como canal de información política en España: Credibilidad, perfil de usuarios y compartición de contenidos. *Profesional de la Información*, 29(6), e290619. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.19>

Rossini, P. (2023). Farewell to big data? Studying misinformation in mobile messaging applications. *Political Communication*, 40(3), 361-366. <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2193563>

Ruiz, C., Domingo, D., Micó, J. L., Díaz-Noci, J., Meso, K. y Masip, P. (2011). Public sphere 2.0? The democratic qualities of citizen debates in online newspapers. *The International Journal Press/Politics*, 16(4), 463-487. <https://doi.org/10.1177/1940161211415849>

Strauß, N., Alonso-Muñoz, L. y Gil de Zúñiga, H. (2020). Bursting the filter bubble: The mediating effect of discussion frequency on network heterogeneity. *Online Information Review*, 44(6), 1161-1181. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2019-0345>

Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400890521>

Tirado-García, A. (2022). Telegram como canal de autopromoción política en campaña: El caso de las elecciones a la Comunidad de Madrid

- de 2021. *Prisma Social: Revista de Investigación social*, 39, 25-47. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4867>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Vaidhyanathan, S. (2018). *Antisocial media: How Facebook disconnects us and undermines democracy*. Oxford University Press.
- Valenzuela, S., Bachmann, I. y Bargsted, M. (2019). The personal is the political? What do WhatsApp users share and how it matters for news knowledge, polarization and participation in Chile. *Digital Journalism in Latin America*, 9(2), 155-175. <https://doi.org/10.1080/21670811,2019,1693904>
- Valeriani, A. y Vaccari, C. (2018). Political talk on mobile instant messaging services: A comparative analysis of Germany, Italy, and the UK. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1715-1731. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017,1350730>
- Vermeer, S. A., Kruikemeier, S., Trilling, D. y De Vreese, C. H. (2021). WhatsApp with politics?! Examining the effects of interpersonal political discussion in instant messaging apps. *The International Journal of Press/Politics*, 26(2), 410-437. <https://doi.org/10.1177/1940161220925020>
- Vliegenthart, R., Walgrave, S., Baumgartner, F. R., Bevan, S., Breuni, C., Brouard, S., Chaques Bonafont, L., Grossman, E., Jennings, W., Mortensen, P. B., Palau, A. M., Sciarini, P. y Tresch, A. (2016). Do the media set the parliamentary agenda? A comparative study in seven countries. *European Journal of Political Research*, 55(2), 283-301. <https://doi.org/10.1111/1475-6765,12134>
- Vromen, A. (2017). *Digital citizenship and political engagement*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-48865-7>

Wolton, D. (1990). Political communication: The construction of a model. *European Journal of Communication*, 5(1), 9-28. <https://doi.org/10.1177/0267323190005001002>

Zaller, J. R. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. University Press, Cambridge. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511818691gg>

Anexos

Tabla A1. Consecuencias positivas por género, edad, ingresos e ideología

	Género		Edad					Ingresos					Ideología					
	M	F	18-24	25-34	35-44	45-64	+65	Sin ingresos	Bajo	Medio	Alto	NS/ NC	Izq. radical	Izquierda moderada	Centro	Derecha moderada	Extrema dcha.	Apolítico
Aumento de la intención de voto	17,2	21,2	22,8	19,9	18,5	14,0	27,0	21,2	15,6	19,6	19,3	16,3	13,5	20,1	16,5	24,2	17,4	18,5
Posibilidad de participación en el debate público	20,6	18,5	14,3	22,7	18,7	19,2	2,7	3,0	12,5	19,9	21,3	7,0	19,2	20,1	21,6	17,9	21,7	9,8
Aumento de la libertad de expresión	18,8	16,5	16,9	16,4	17,5	20,3	18,9	15,2	10,4	17,1	22,8	2,3	23,1	20,4	15,8	15,9	15,2	16,8
Ninguno	13,4	17,99	11,6	11,9	16,1	23,3	24,3	24,2	20,8	14,7	11,8	37,2	9,6	11,3	13,2	13,0	17,4	32,4
Eliminación de la desinformación y las noticias falsas	9,9	11,0	13,2	10,1	9,7	8,7	16,2	9,1	16,7	10,9	8,7	14,0	13,5	10,4	11,6	10,6	8,7	8,1
Reducción de la desafección política	10,5	10,1	11,1	11,2	10,9	7,6	0,0	12,1	12,5	10,3	8,7	9,3	7,7	10,1	11,3	11,6	8,7	7,5
Ampliación de temas en la agenda pública	6,9	6,0	6,3	5,2	6,4	5,8	5,4	6,1	6,3	6,2	5,5	4,7	5,8	6,6	7,4	5,9	6,5	2,3
Otros	2,7	2,2	3,7	2,4	2,1	1,2	5,4	9,1	5,2	1,5	2,0	9,3	7,7	0,9	2,6	1,0	4,3	4,6

Fuente: elaboración propia.

Tabla A2. Consecuencias negativas por género, edad, ingresos e ideología

	Género		Edad					Ingresos					Ideología					
	M	F	18-24	25-34	35-44	45-64	+65	Sin ingresos	Bajo	Medio	Alto	NS/NC	Izq. radical	Izquierda moderada	Centro	Dcha. moderada	Extrema dcha.	Apolítico
Aumento de la desinformación y las noticias falsas	23,0	25,3	22,8	25,2	23,2	28,5	13,5	18,2	17,7	24,6	26,4	23,3	38,5	27,4	25,5	20,3	23,9	16,2
Creación de cortinas de humo para evitar que la ciudadanía vea lo realmente importante	15,7	14,6	13,2	16,1	15,9	13,4	18,9	15,2	13,5	15,4	16,1	9,3	15,4	14,5	15,5	17,4	17,4	12,7
Espectacularización de la política	14,8	15,0	15,3	21,0	12,3	11,6	10,8	21,2	12,5	15,3	15,0	9,3	38,5	27,4	25,5	20,3	23,9	16,2
Empobrecimiento del debate público	14,1	11,4	13,2	12,6	14,2	7,0	21,6	9,1	13,5	12,6	14,2	7,0	7,7	16,0	11,9	14,5	13,0	7,5
Ninguno	9,4	15,2	7,9	8,0	14,2	16,9	24,3	15,2	19,8	11,9	8,7	20,9	11,5	7,9	8,1	9,7	13,0	31,2
Difusión de la información superficial/ anecdótica	12,1	9,8	11,6	10,1	10,9	12,2	8,1	9,1	10,4	11,5	10,2	9,3	9,6	10,1	12,9	12,1	8,7	8,7
Aumento de la polarización política, los populismos y los extremismos	8,5	6,5	12,2	3,8	7,6	9,3	2,7	6,1	8,3	7,4	7,9	7,0	7,7	8,5	7,4	7,2	4,3	6,9
Otros	2,4	2,2	3,7	3,1	1,7	1,2	0,0	6,1	4,2	1,3	1,6	14,0	3,8	0,9	1,9	0,0	8,7	5,8

Fuente: elaboración propia.

Tabla A3. Capacidad para condicionar el debate público por género, edad, ingresos e ideología

	Género		Edad					Ingresos					Ideología					
	M	F	18-24	25-34	35-44	45-64	+65	Sin ingresos	Bajo	Medio	Alto	NS/NC	Izq. radical	Izquierda moderada	Centro	Derecha moderada	Extrema dcha.	Apolítico
Condicionar la opinión de terceras personas	24,4	17,0	17,5	19,9	22,7	18,6	29,7	15,2	20,8	20,4	23,6	11,6	34,6	23,9	20,3	24,2	19,6	7,5
Ninguna	13,9	20,6	12,2	13,6	16,1	29,1	29,7	27,3	25,0	17,1	11,0	32,6	13,5	15,1	13,9	12,1	8,7	37,0
Fijar el tema de la discusión	17,7	13,6	18,0	12,6	18,7	11,6	13,5	6,1	12,5	16,2	17,3	11,6	7,7	20,8	17,7	13,0	10,9	9,2
Fijar el encuadre o enfoque de las noticias	14,8	15,2	16,4	14,7	16,1	11,6	10,8	18,2	6,3	14,7	19,7	9,3	13,5	14,8	16,1	16,9	13,0	12,1
Condicionar el proceso de toma de decisiones	12,8	13,9	14,3	18,2	9,5	15,7	5,4	9,1	15,6	13,4	13,0	14,0	9,1	12,0	16,9	12,6	14,0	13,0
Condicionar el contenido de los medios de comunicación	8,3	11,6	11,1	12,6	9,0	8,1	2,7	12,1	7,3	4,6	5,1	0,0	12,1	12,0	5,6	9,8	12,7	8,7
Fijar la agenda pública de temas	4,9	4,3	4,2	5,6	4,5	4,1	2,7	0,0	7,3	11,3	7,9	4,7	5,8	3,5	5,8	3,4	4,3	5,8
Otras	3,1	3,8	6,3	2,8	3,3	1,2	5,4	12,1	5,2	2,4	2,4	16,3	12,1	16,0	1,4	2,5	2,2	2,4

Fuente: elaboración propia.

Tabla A4. Confianza para mejorar la democracia por género, edad, ingresos e ideología

	Género		Edad					Ingresos					Ideología					
	M	F	18-24	25-34	35-44	45-64	+65	Sin ingresos	Bajo	Medio	Alto	NS/NC	Izq. radical	Izquierda moderada	Centro	Derecha moderada	Extrema dcha.	Apolitico
	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)	M (DS)
Confianza para mejorar la democracia	3,02 (1.183)	2,80 (1,209)	3,00 (1.187)	2,97 (1.175)	2,90 (1210)	2,77 (1,246)	2,67 (1,37)	2,63 (1,365)	2,63 (1.179)	2,94 (1.169)	3,05 (1,251)	2,46 (1,341)	2,76 (1,262)	2,95 (1.118)	3,08 (1.105)	3,13 (1,242)	2,84 (1,381)	2,32 (1,271)

Anova - Género = <0,001*; Edad = 0,088; Ingresos = 0,306; Ideología = <0,001*

* $p < 0,001$

Fuente: elaboración propia.