

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Gized Lorena Garavito Romero

Michelle Dayana Tibabisco Velásquez

Universidad de Cundinamarca

Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Ciencias Políticas

Programa de Psicología

Facatativá

2020

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Gized Lorena Garavito Romero

Michelle Dayana Tibabisco Velásquez

Monografía para optar el título de Psicólogas

Juliet Carolina Castro Morales

Ricardo Andrés Narváez Rodríguez

Directores de monografía

Universidad de Cundinamarca

Facultad de ciencias sociales, humanidades y ciencias políticas

Programa de Psicología

Facatativá

2020

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Agradecemos

A *Dios*, por darnos la oportunidad de crecer personal y profesionalmente en el compartir diario de la experiencia académica, porque fue nuestro guía en el proceso de culminación de este logro y con su fuerza nos motivó a continuar hasta el final. Porque nos bendice con la posibilidad de acceder a la educación superior y nos reúne con las personas maravillosas que estuvieron dispuestas a ayudar en nuestro proceso de formación.

A *Nuestras familias*, quienes fueron pilar fundamental en este proceso, su apoyo, amor, comprensión y fuerza nos impulsaron cada día para lograr este sueño. Por creer en nosotras y motivarnos a ser mejores cada día, por estar presentes en los desvelos, por con sus esfuerzos diarios velar por nuestras necesidades y permitir que encontráramos felicidad en nuestra familia.

A *Nuestros asesores de monografía*, los docentes Carolina Castro y Ricardo Narváez quienes con su dedicación, entrega, profesionalismo y pasión por la psicología fueron inspiración en este proceso y sin duda alguna cada aprendizaje recibido por parte de ellos será fundamental para nuestro desarrollo profesional y personal.

A la *Universidad de Cundinamarca* que por medio de Bienestar Universitario nos brindaron su apoyo y acompañamiento en este proceso, a las psicólogas, la trabajadora social y la señora Clemencia que con su amor nos guiaron cada día. Porque sin ellas no hubiese sido posible llegar a culminar esta meta.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Dedicatoria.

Dedicado a:

A Mis padres quienes son mi más grande orgullo y ejemplo, con su dedicación me han enseñado cada día a luchar por mis sueños, con su amor me han guiado y acompañado en cada una de las etapas de mi vida, ellos han sido y serán mi mayor inspiración y motivo de lucha, Dios fue demasiado bueno al darme el privilegio de ser su hija, aún en momentos de dificultad creen en mí sin duda alguna sin ellos no hubiera sido posible llegar a este punto, su constante amor es mi mayor galardón.

A mi hermanita Gabriela quien cada día llena de felicidad y amor nuestro hogar, ella me ha acompañado y motivado en cada momento de alegría o dificultad su apoyo fue fundamental en este proceso, su amor y creatividad al momento de ayudar a los demás me inspiran cada día, ella hace de mi hogar un lugar acogedor lleno de gracia en el que encuentro paz. No puedo dejar de lado a la bebé de la casa *Princesa* quien nos llena de amor cada día y es fuente de felicidad en nuestro hogar

A mi compañera de aventura Michelle quien estuvo presente desde el primer día no sólo fue apoyo en el desarrollo de nuestra monografía, sino que fue mi amiga y compañía en momentos de tristeza y sin duda alguna de felicidad, admiro su pasión, dedicación y amor en cada una de sus metas propuestas, sin duda alguna ella hizo de mis días en la universidad mi hogar y siempre estará presente en mi vida como una mujer guerrera y de fé inquebrantable.

Gized Lorena Garavito Romero.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

A mi madre quien con su ejemplo me ha enseñado a ser constante para alcanzar mis objetivos, a no rendirme ante las dificultades y a mantener una actitud positiva y de espera ante la incertidumbre. Ella que es mi heroína me muestra cada día que la felicidad se encuentra en las pequeñas cosas y que la familia es lo más importante porque es allí en donde recibimos amor incondicional.

A mi padre quien me enseñó a que puedo lograr todo lo que me proponga y tener seguridad de mis capacidades, pues con ellas he alcanzado grandes cosas. Me ayudó a comprender que la familia forma parte fundamental en el desarrollo personal y que siempre hay tiempo para ella.

A mi hermanito quien con su inquietante forma de ser me enseñó el valor de la paciencia, me ayudó a desarrollar estrategias creativas y a comprender mejor ciertas teorías psicológicas. El quien con su amor constante siempre me recibe con un abrazo, me da la fortaleza ante las situaciones de estrés y me hace ver la vida de una forma más divertida, alejada de las preocupaciones del quehacer diario.

A mi compañera de monografía Lorena quien ha estado presente en los momentos más significativos de mi vida, quien con su cariño y amistad incondicional motiva mi caminar a veces incierto. Quien me acompañó en la desesperanza, desvelos y angustias que estuvieron inmersos en nuestro proceso universitario.

Michelle Dayana Tibabisco Velásquez.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla de contenido.

1.Introducción.	1
2. Definición del problema.	4
Pregunta problema.....	10
Objetivos.	10
Objetivo General.....	10
Objetivos específicos.	10
3.Justificación.	11
4. Marco epistemológico y paradigmático.....	16
Marco teórico y conceptual.....	17
Identidad.....	17
Tendencia política.....	18
Redes sociales virtuales.....	19
Polarización.	21
Xenofobia.	23
Actitudes.....	25
6. Marco empírico.	27
7. Marco legal.	31
8. Marco metodológico.	33
Método de la investigación.	33

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Análisis de correspondencias múltiples.....	33
Pruebas de independencia chi cuadrado.	34
Tablas de contingencia.	34
Participantes.	34
Instrumentos de recolección de datos.....	35
Encuesta datos sociodemográficos y sobre el uso de las redes sociales virtuales.	35
Compás político.	36
Cuestionario de Análisis Xenofóbico para Adultos (CAXA).	38
Procedimiento.....	40
9. Resultados.	42
Características sociodemográficas de la muestra.....	42
Características en la información relacionada a la usabilidad de redes sociales virtuales en la muestra.	43
Características en la tendencia política y los niveles de xenofobia de la muestra.	45
Relación entre las variables niveles de xenofobia, tendencia política e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	47
Relación entre las variables tendencia política e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.	51
Relación entre las variables niveles de xenofobia e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	55

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Relación entre las variables datos sociodemográficos e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	58
12. Referencias bibliográficas.....	84
13. Anexos.	94

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Lista de Tablas

Tabla 1. Estructura y tiempo de aplicación de The Political Compass.....	37
Tabla 2 Prueba de independencia chi cuadrado para las variables tendencia política relacionada con la información de redes sociales virtuales.	52
Tabla 3 Tabla de contingencias para las variables tendencia política y uso comunicativo y no comunicativo en redes sociales virtuales.	52
Tabla 4 Tabla de contingencias en la que se relacionan las variables tendencia política y uso informativo y no informativo en redes sociales virtuales.....	53
Tabla 5 Prueba de independencia chi cuadrado para las variables niveles de xenofobia relacionada con la información de usabilidad en las redes sociales virtuales.....	56
Tabla 6 Prueba de independencia chi cuadrado para las variables edad e información relacionada con usabilidad de redes sociales virtuales... ..	59
Tabla 7 Tabla de contingencias en la que se relacionan las variables edad, tiempo de uso en redes sociales virtuales e información de mayor interés en redes sociales virtuales	¡Error!
Marcador no definido.	
Tabla 8 Prueba de independencia chi cuadrado para las variables sexo e información de usabilidad en redes sociales virtuales	63
Tabla 9 Prueba de independencia chi cuadrado para las variables estrato socioeconómico e información relacionad con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	65
Tabla 10 Tabla de contingencia en la que se relacionan las variables estrato socioeconómico e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.	67
Tabla 11 Prueba de independencia chi cuadrado para las variables escolaridad e información asociada a la usabilidad de redes sociales virtuales	69

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 12 Prueba de independencia chi cuadrado para las variables escolaridad e información asociada a la usabilidad de redes sociales virtuales71

Tabla 13 Tabla de contingencias en la que se relacionan las variables escolaridad, tiempo de uso en redes sociales virtuales e información de mayor interés en redes sociales virtuales.

.....**¡Error! Marcador no definido.**

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Lista de figuras.

Figura 1 Tiempo de uso en redes sociales	43
Figura 2. Red social virtual de mayor uso	43
Figura 3 . información de mayor interés en redes sociales virtuales.	44
Figura 4. Tendencia política.....	45
Figura 5. Niveles de xenofobia.....	45
Figura 6. Análisis de correspondencia múltiple para las variables niveles de xenofobia, tendencia política, tiempo de uso en redes sociales, red social de mayor uso, información de mayor interés en redes sociales virtuales y redes sociales que utiliz.....	47
Figura 7 Análisis de correspondencia múltiple para las variables niveles de xenofobia, tendencia política, tiempo de uso en redes sociales, red social de mayor uso, información de mayor interés en redes sociales virtuales y uso que le da a sus redes sociales.	48
Figura 8 Análisis de correspondencia múltiple para las variables, tendencia política e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	51
Figura 9. Análisis de correspondencia múltiple para las variables, niveles de xenofobia e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	55
Figura 10 Análisis de correspondencia múltiple para las variables edad e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales	58
Figura 11. Análisis de correspondencia múltiple para las variables sexo e información de la usabilidad de redes sociales virtuales.	62
Figura 12. Análisis de correspondencia múltiple para las variables estrato socioeconómico e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	64

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Figura 13. Análisis de correspondencia múltiple para las variables lugar de procedencia información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....68

Figura 14 . Análisis de correspondencia múltiple para las variables escolaridad e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.70

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Listas de anexos

Anexo A. Consentimiento informado.....	94
Anexo B. Encuesta datos sociodemográficos.....	95
Anexo C: Encuesta de información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.....	96
Anexo D: Cuestionario de Análisis Xenofóbico para Adultos (CAXA).....	97
Anexo E. Cuestionario The Political Compass.....	103

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Resumen.

El presente estudio investigativo se llevó a cabo por medio de un enfoque metodológico cuantitativo de alcance exploratorio, en el cual se tuvo en cuenta como eje fundamental el uso que los participantes daban a sus redes sociales virtuales. Igualmente se utilizaron datos como el tiempo de uso, la información de mayor interés, las redes sociales virtuales que utilizan, la red social de mayor uso y las preferencias de usabilidad que los participantes identificaron como predominantes. Así mismo, se abarcaron fenómenos de interés actual en Colombia como la xenofobia, la tendencia política categorizada en derecha e izquierda y algunos datos sociodemográficos como el sexo, la edad, el estrato, la escolaridad y el lugar de procedencia.

La investigación se llevó a cabo con 319 participantes, donde la recolección de los datos se realizó a través de 3 instrumentos difundidos por medio de las redes sociales virtuales. El primero de ellos fue un cuestionario cuyo fin fue conocer la información de tipo sociodemográfica y los aspectos relacionados a la usabilidad de las redes sociales virtuales. El segundo fue el *Cuestionario de Análisis Xenofóbico para Adultos (CAXA)* y el último el *Political Compass* para conocer la tendencia política en los participantes.

El objetivo principal de esta investigación fue explorar las relaciones entre las actitudes xenófobas, la tendencia política y el uso de redes sociales virtuales en un grupo de personas usuaria para dar cumplimiento a esto, se utilizó la técnica de análisis de correspondencias múltiples que permite establecer relaciones multivariadas con variables principalmente categóricas. Igualmente, se estudiaron las variables por medio de la prueba de independencia chi cuadrado y de tablas de contingencia fundamentadas en probabilidades condicionales. Finalmente, para el análisis de estos datos se emplearon los programas estadísticos Statistical

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Package for the Social Sciences (SPSS) y Système Portable pour l'Analyse de Données SPAD.

Palabras clave: Redes sociales virtuales, xenofobia, tendencia política, polarización, actitudes e identidad.

Abstract

The present research study was carried out through a quantitative exploratory methodological approach, in which the use that participants made of their virtual social networks was taken as a fundamental axis. They also used data such as the time of use, the most interesting information, the virtual social networks they use, the most widely used social network and usability preferences that participants identified as predominant. It also took current phenomena of interest in Colombia such as xenophobia, which was divided into three levels, the political tendency categorized into right and left and some socio-demographic data such as sex, age, stratum, schooling and place of origin.

This research was carried out with 319 participants, where data collection was carried out through 3 instruments disseminated through virtual social networks. The first was a questionnaire whose purpose was to learn about socio-demographic information and the aspects related to the usability of virtual social networks. The second was the Adult *Xenophobic Analysis Questionnaire (CAXA)* and the last was the Political Compass to learn about the political tendency of the participants.

The main objective of this research was to explore the relationships between xenophobic attitudes, the political tendency and the use of virtual social networks in a group of users. To comply this goal, the researcher used the analysis of multiple correspondence that allows to make an observation of multivariate type. The variables were also studied using the chi-

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

square independence test and contingency tables based on conditional probabilities. Finally, the statistical programmes Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) and Système Portable pour l'Analyse de Données SPAD were used for the analysis of these data.

Key words: Virtual social networks, xenophobia, political tendency, polarization, attitudes and identity.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

1

Introducción.

La xenofobia como fenómeno social se ve identificada en el contexto colombiano a partir de diferentes cambios sociales, políticos y económicos que actualmente se enmarcan a través del alto flujo de ciudadanos venezolanos que ingresan diariamente al país. Teniendo en cuenta que existen diferentes poblaciones de inmigrantes en los que se identifican manifestaciones de rechazo, el presente estudio se centra en los ciudadanos que presentan mayor incidencia que en este caso son los provenientes de Venezuela.

Lo anterior se ve expresado en forma de rechazo en las interacciones cotidianas, como lo es desde el ámbito laboral en el que la remuneración económica es baja o en los conflictos delictivos en los que se les culpa por su nacionalidad. De esta forma surgen comentarios violentos y generalizados hacia los inmigrantes, basados en prejuicios y estereotipos que se elaboran colectivamente y se transmiten por medio de los espacios digitales, como lo son las redes sociales virtuales.

Las redes sociales virtuales son un escenario perfecto para interactuar y conformar grupos que comparten gustos o actitudes, donde se pueden observar comentarios relacionados hacia la xenofobia. Gran parte de estas manifestaciones toman representación a través del ciberespacio, donde circula la información y los participantes se pueden identificar con diferentes posturas u opiniones para adoptar una actitud específica. Relacionado a ello la identidad política toma parte en la formación de grupos de referencia en los que se polarizan las opiniones hacia los conflictos sociales que están presentes en la población, siendo los partidos políticos de derechas e izquierda los que influyen en la elección de dichas opiniones.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

2

Teniendo en cuenta lo anterior este estudio pretende explorar cuáles son las relaciones que existen entre las actitudes xenófobas, la tendencia política de izquierda o derecha y aspectos relacionados al uso de las redes sociales como la frecuencia, la red social que usa, la red social de mayor uso, la información de mayor interés y el uso que le dan a las redes sociales virtuales las personas usuarias. Para lo cual se analiza el fenómeno por medio de un enfoque metodológico cuantitativo de alcance exploratorio y desde un paradigma postpositivista en donde la realidad se percibe desde una postura reflexiva, en la cual los fenómenos son considerados como incontrolables, el ser humano como imperfecto y los resultados como probablemente verdaderos (Ramos, 2015, p.12).

Debido al número de variables de interés se hace uso de un método multivariado como el análisis de correspondencias múltiple, que expone desde un gráfico la proximidad o lejanía en la que se encuentran las categorías de dichas variables. Así mismo para confirmar las relaciones significativas se hace uso de la prueba de independencia chi cuadrado y al identificar una variable como no independiente se explora esta asociación por medio de una tabla de contingencias. Igualmente se identifica que desde el enfoque metodológico propuesto no se evidencian muchos estudios que relacionen las variables seleccionadas, dado que generalmente se han abordado dichos interrogantes desde un enfoque cualitativo.

Con relación a los fundamentos teóricos se tuvo en cuenta en primer lugar la identidad que hace referencia a cómo el sujeto se auto reconoce y cómo la percepción cambia en función de su grupo de pertenencia, como por ejemplo la tendencia política que siendo un ente socializador comparte ideologías y estilos de vida expresados en los comportamientos en la sociedad. En segundo lugar, las redes sociales virtuales como escenarios de comunicación que están inmersos en la vida cotidiana de las personas y en los que emergen grupos de

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

3

referencia hacia una información específica, donde en su mayoría dichas opiniones polarizan al grupo de usuarios. En tercer lugar, la xenofobia se identifica como aquella percepción de amenaza que genera el inmigrante al entrar en una nueva comunidad, ya que supone un cambio en la cotidianidad, permitiendo la formación de actitudes positivas o negativas que vienen a mediar en la opinión que el sujeto toma hacia el ciudadano procedente de otro país.

Finalmente, basado en los datos obtenidos se realiza el análisis de los resultados, se contrastan con la teoría expuesta a nivel empírico y a partir de ello se fundamenta la discusión de la investigación. Por último, se realizan las conclusiones partiendo de la información encontrada como significativa y relacionada con los objetivos propuestos para dar respuesta a la pregunta problema del estudio.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

4

2. Definición del problema.

Mediante una búsqueda realizada a nivel global sobre la incidencia de la xenofobia se identificó una investigación llevada a cabo en África con estudiantes universitarios, donde se planteó que la xenofobia está presente como un discurso de malestar social. Pero dado a que los estudiantes toman una posición reflexiva hacia el rechazo que enfrentan los ciudadanos inmigrantes, la mayoría manifiestan una actitud negativa hacia dicho fenómeno (Akande, Musarurwa, & Kaye, 2018, p.2). Si bien el anterior estudio da entrada a suponer a cerca de una posible relación en los procesos educativos y el desarrollo de actitudes xenofóbicas cabe aclarar que es importante explorar a cerca de esta relación en el contexto colombiano

Otra investigación realizada en Chile evidencia que la xenofobia se presenta por medio de actitudes negativas o miedo, hacia algún grupo que sea identificado como diferente al de pertenecía, principalmente la población inmigrante (Hatibovic, Bobowik & Faúndez, 2017, p.133). Esto permite entender que la xenofobia es una situación latente multi contextual, manifestada a través de expresiones verbales de odio que generan malestar a un sector de individuos determinado (Esquivel, 2016, p.2).

La xenofobia está íntimamente relacionada con la discriminación, que es entendida como “dar un trato de inferioridad a personas o a grupos, a causa de su origen étnico o nacional, religión, edad, género, opiniones, preferencias políticas y sexuales, condiciones de salud, discapacidades, estado civil u otra causa” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH], 2012, p.5). En este sentido, la xenofobia es considerada una manifestación que se desligan de la discriminación.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

5

El surgimiento de la discriminación se ve facilitada a través de los estereotipos y prejuicios que se originan en las distintas relaciones sociales (CNDH, 2012, p.5). De esta forma se logra comprender un prejuicio como juicio positivo o negativo que se establece en un grupo y sus miembros, que en su mayoría está presente de forma negativa (Myers, 2012, p.308). Por su parte, los estereotipos se definen como imágenes o ideas que son aceptadas socialmente y que se le atribuyen a un determinado grupo y a sus integrantes como portadores de características en común (CNDH, 2012, p.7).

De esta forma las manifestaciones de inconformismo hacia las personas pueden categorizarse como amenazas a nivel social, económico y político, expresadas a través de comportamientos desfavorables. Estos comportamientos pueden evidenciarse en nuevos espacios de interacción, como por ejemplo el ciberespacio que con el tiempo ha ganado protagonismo y se vuelve objeto de estudio para las ciencias humanas, entre ellas la psicología. Este espacio de carácter digital ha dado pie para la conformación de nuevas interacciones y redes de comunicación, a través de las cuales se configuran nuevos elementos simbólicos y prácticas que afectan la relación entre los grupos humanos.

Teniendo en cuenta el rápido aumento de internet en los últimos años, esta herramienta se puede considerar como la más utilizada, pues se ha convertido en una actividad indispensable para las personas ya que permite obtener información y mantenerse en contacto con otros, lo que ha contribuido al auge de algunas redes sociales como Facebook, Twitter, Weibo y MySpace (Shiau, Dwivedi & Lai, 2018, p.53). Esto ha incidido significativamente en la construcción de la opinión pública ante temas de interés social como lo son la inclinación, participación política y comportamientos de protesta, que se desarrollan en las plataformas de

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

6

medios digitales como Facebook y Twitter (Jost, Bonneau, Langer, Metzger, Nagler, Sterling, & Tucker, 2018, p.1).

Reuniendo la información anterior es posible identificar la xenofobia a nivel nacional por medio de estudios realizados, como el de la agencia de la ONU para los refugiados ACNUR donde menciona que “los colombianos hablan en las redes sociales con respecto a los venezolanos, (y) en muchas ocasiones son mensajes de odio, rechazo y temor hacia los inmigrantes” (Alerta por xenofobia en contra de los venezolanos en Colombia, 2018, párr.1). De esta forma se concluyó que en Colombia se evidencian índices de xenofobia, que se manifiestan a través de la participación en redes sociales, en el que asocian su llegada con el aumento de desempleo, prostitución y venta de estupefacientes.

Además de los factores que probablemente podrían estar asociados con la xenofobia expuestos en los estudios ya mencionados, se identifican algunas investigaciones en donde la tendencia política surge como un aspecto relacionado al fenómeno de interés. Para lo cual Esquivel (2016) afirma que hay diversas agrupaciones políticas de extrema derecha que se caracterizan por ser xenófobas, racistas e intolerantes hacia la diversidad religiosa, manifestada en diversos países como Grecia, Alemania y Francia quienes optan una posición en contra de los inmigrantes (p.33), por lo que la posición política de derecha pareciera promover acciones discriminatorias hacia los inmigrantes, justificadas en la aplicación de su ideología particular.

Kitayama (2018) complementa la afirmación anterior diciendo que “los discursos culturalmente enfocados sobre los migrantes y la política de inmigración han sido ampliamente adoptados no sólo por la extrema derecha, incluso también por algunos en la izquierda” (p.253). Se hace evidente que, contrario a lo que se ha dicho en múltiples estudios,

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

7

la inclinación política de derecha no es la única que se relaciona directamente con las conductas xenófobas manifestadas por medio de las redes sociales.

Estas posturas frente a la población migrante pueden estar asociadas con un fenómeno denominado radicalización que “se refiere a un proceso de socialización ideológica que hace efectuar cambios políticos fundamentales, por lo general mediante el uso de tácticas violentas de librar conflicto contra los enemigos políticos y sus seguidores” (Bekasi, 2017, p.160). Sobre esto se encontró que existen algunos factores que influyen en el desarrollo de este fenómeno, como los postulados por Agus (como se citó en Bekasi, 2017) donde la personalidad, el ambiente, los factores históricos, ideológicos y la identidad pueden ser influenciados por la radicalización política del grupo al que se pertenezca.

Haciendo uso de las redes sociales y del algoritmo con el que funcionan, se identificaron acciones de radicalización en la información por medio de un estudio realizado en Estados Unidos, el cual mediante mensajes de Twitter concluyó que los niveles de segregación ideológica, polarización y extremidad de los mensajes *retweeted* variaba considerablemente en función del tema y el tiempo y que los liberales tendían a retwittear mensajes de otros liberales y conservadores a retwittear mensajes de otros conservadores (Jost, Bonneau, Langer, Metzger, Nagler, Sterling, & Tucker, 2018, p.21).

La polarización vista de esta forma ha sido evidente en los últimos años, especialmente en la participación política o en las tendencias ideológicas particulares. Las redes sociales se han visto enmarcadas en dicha discusión, permitiendo que la información sea presentada de manera específica para cada usuario. El auge en las redes sociales y la influencia que estas tienen sobre la vida de las personas es mencionado en una entrevista realizada a uno de los gerentes de Facebook, el cual manifiesta que:

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

8

El modelo de negocio depende de la publicidad, que a su vez depende de la manipulación de la atención de los usuarios para que vean más anuncios. Una de las mejores maneras de manipular la atención es apelar a la indignación, el miedo y las emociones que aumentan el compromiso (Mcnamee, 2019, párr.5).

Igualmente, se logra identificar que las diferencias entre las personas se han considerado como desencadenantes de inconformidad, que dan paso a la discriminación y a la xenofobia. Las diversidades culturales son tomadas como llamativas por la diferencia en el lenguaje, las tradiciones y la forma de pensar de los inmigrantes. Esto sería identificado como diferente de lo cotidiano debido a la construcción de la identidad social, que se desarrolla de forma particular para cada comunidad, cultura o grupo de personas. Esta identidad social “estaría constituida por aquellos aspectos de la autoimagen de un individuo que proceden de las categorías sociales a las que pertenece” (Canto & Moral, 2005, p.60), por lo que estaría orientada según el grupo social de pertenencia, las pautas de crianza que se establecen como habituales y la forma en que se manifiestan los pensamientos de inconformidad y aceptación.

Con todo esto se puede afirmar que la xenofobia toma características particulares que pueden ser consideradas como acciones de odio y de no aceptación hacia el inmigrante, algunas de las cuales se ven manifestadas por los medios digitales y se asocian con las preferencias políticas, que en la literatura usualmente se relacionan con posiciones ideológicas de derecha. Sin embargo, para este estudio se pretende explorar este fenómeno teniendo en cuenta las vertientes políticas presentes en Colombia y buscando analizar la derecha y la izquierda de manera objetiva.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

9

A partir de esto se puede establecer que esta investigación está dirigida a explorar las relaciones entre la usabilidad de las redes sociales virtuales, los niveles de xenofobia y la tendencia política, dado el alto índice de ciudadanos inmigrantes que se han asentado en el país. Lo anterior se realizará por medio de un análisis de correspondencias múltiples, pruebas de independencia chi cuadrado y tablas de contingencia que permitan establecer dichas asociaciones.

El eje de la exploración se fundamenta en la línea de investigación de estudios psicosociales en contextos comunitarios, identificando el ciberespacio como un escenario de interacción y teniendo en cuenta que la psicología se encarga de estudiar, conocer, explorar y predecir comportamientos que puedan afectar el bienestar de las comunidades y los individuos. Comportamientos como el rechazo que da paso a acciones violentas normalizadas que generan malestar emocional y afectan la integridad de las personas, disminuyendo el sentido humano y la empatía hacia el otro. Lo que da paso a que el sentido colectivo se pierda y se enfoque en un proceso individual donde el sentir del otro no toma importancia y se desvincula el accionar solidario. Surge igualmente la preocupación sobre el legado de aprendizaje social que la comunidad está transmitiendo a las futuras generaciones.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

10

Pregunta problema.

¿El uso que se le da a las diferentes redes sociales virtuales está relacionado con efectos de polarización en la posición política y con la actitud xenofóbica presentada en sus usuarios?

Objetivos.

Objetivo General.

Esta investigación plantea como objetivo general la exploración de las relaciones entre el uso de redes sociales virtuales con efectos de polarización en la posición política y la actitud xenofóbica presentada en sus usuarios.

Objetivos específicos.

Como objetivos específicos, esta investigación plantea: 1) identificar la relación entre la información asociada con la usabilidad de las redes sociales virtuales y la tendencia política con la que se reconoce, 2) identificar la relación entre la información asociada con la usabilidad de las redes sociales virtuales y las actitudes xenófobas y 3) identificar la relación entre la información asociada con la usabilidad de las redes sociales virtuales y los datos sociodemográficos.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

3. Justificación.

Es importante para la psicología el estudio de los fenómenos sociales dado que inciden en la interacción, desarrollo y adaptación de los individuos. Por tanto, se debe indagar como se desencadenan estas situaciones de interés social como es el caso de la xenofobia, que debido a la crisis económica que atraviesa actualmente Venezuela se evidencia un alto flujo de ciudadanos que ingresa a Colombia, con el fin de buscar oportunidades laborales y mantener su calidad de vida. Según Migración Colombia, “las cifras más recientes de migrantes venezolanos hasta el 30 de junio del año 2019 es de 1.408.055 venezolanos que se encontraban en el país, de ellos, 742.390 están en situación irregular y 665.665 ya regularizaron su permanencia en Colombia” (Torres, 2019, párr.1). Lo anterior permite evidenciar que la población migrante forma parte del contexto nacional, por lo que igualmente interactúa y se moviliza en torno a las dinámicas que existen en el país.

De igual manera en una encuesta realizada por el Observatorio Migratorio del Proyecto Migración Venezuela en la que se buscaba identificar las razones por las que ciudadanos venezolanos decidieron migrar hacia Colombia, se encontró que el 51 por ciento de los encuestados mencionan que este país era el lugar menos costoso para emigrar, el 37 por ciento tuvo en cuenta las oportunidades laborales que ofrecía Colombia y el 35 por ciento ya tenía familiares o amigos establecidos en el país (Prada, 2019). Se evidencia de esta forma que en su gran mayoría la población inmigrante ingresa al interior del país por aspectos a nivel económico, dado a la cercanía, el fácil acceso y la oportunidad laboral que se relacionan usualmente con el trabajo informal.

Por otra parte, los medios digitales se han convertido en espacio de discusión y conformación de imaginarios frente a esta población, donde con frecuencia se encuentran

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

12

expresiones de odio y opiniones asociadas a fenómenos como la xenofobia, siendo estas opiniones configuradoras de las actitudes. Un artículo publicado por la revista *Semana* da cuenta de un estudio realizado por la fundación *ideas para la paz* que concluyó que “en el caso de Twitter, el 74.5 por ciento de los trinos percibe la migración venezolana de forma negativa” (Ojo con la xenofobia, 2019, párr. 4).

Las redes sociales virtuales son escenarios constructores de realidad y, a partir de la interacción en este medio, se pueden generar espacios de violencia que promueven la xenofobia, como es el caso de esta amenaza que reportó la revista *Semana* en uno de sus artículos: “este es un ultimátum para los venezolanos. Tienen dos semanas para retirarse (...) Daremos muerte a cada uno trabajen o no, roben o no. No los queremos más, fuera de aquí” (Alerta por xenofobia en contra de los venezolanos en Colombia, 2018, párr. 1).

Frente a esta problemática, actualmente se lleva a cabo una campaña en Colombia denominada “Somos panas Colombia”, que busca “reducir las manifestaciones de xenofobia y promover la solidaridad entre colombianos y venezolanos” (ACNUR, 2019). Esta campaña se realiza a través de diferentes medios de comunicación, incluyendo las redes sociales virtuales e implementar estrategias que fomentan el uso responsable en la divulgación de la información en aspectos sociales, culturales, económicos, políticos, educativos, entre otros tópicos de interés. Debido a que los medios digitales se convierten en configuradores de conocimiento y comportamiento que emergen colectivamente desde la comunidad virtual, se consideraría importante propiciar estos escenarios de reflexión para un uso adecuado de los medios, entendiendo que son espacios accesibles por niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

13

Bajo el contexto geopolítico actual, en el año 2015 se realizó una investigación en España que permitió evidenciar que “232 millones de personas son consideradas migrantes internacionales, representando el 3.3 por ciento de la población mundial, al igual que la existencia de 60 millones de desplazados en todo el mundo” (Garris, 2015, p. 2). Este estudio identificó la crisis económica, el racismo y aspectos religiosos como factores relacionados a la migración, por lo que es pertinente el establecimiento de políticas públicas que propicien espacios de interacción sólidos frente a las diferencias que se evidencian en cada país y que promuevan contextos estables a nivel laboral, educación de calidad y el buen vivir.

El aspecto político se ha evidenciado como una etapa de auge en donde las diferentes corrientes políticas proponen acciones a la crisis migratoria actual, como estrategias y opiniones que se forman como determinantes para el surgimiento de las actitudes, que van ligadas a intereses convenientes alrededor de este fenómeno. Por lo que se considera que “el aumento de la extrema derecha y de la xenofobia no debe ser abordado como un problema para las minorías, sino como un desafío para la sociedad democrática en su conjunto” (Kitayama, 2018, p. 251) por lo cual debe verse como un fin común para la sociedad y no como un beneficio político solamente.

Si bien algunos estudios indican que las actitudes no son predictoras en su totalidad de una conducta, Myers, 2010 indica que “nuestras actitudes predicen nuestro comportamiento cuando estas otras influencias en lo que decimos y hacemos son mínimas, cuando la actitud es específica del comportamiento y cuando la actitud es potente” (p.125). En este sentido para que una actitud tome la función de predictora de un comportamiento, es necesario que esta sea recordada fácilmente y aprendida a través de la experiencia.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

14

En consecuencia, a lo anterior y dado a que se relaciona la valoración realizada hacia los inmigrantes y los comportamientos xenófobos, que emergen como una situación de impacto social actual, que se pueden observar en diferentes espacios de integración como la escuela, el trabajo y la universidad. Esta investigación busca explorar las diferentes relaciones que pueden surgir de las variables como los niveles de xenofobia, la tendencia política y la información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales. Para lo que es necesario desarrollar una investigación de tipo cuantitativa, la cual “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 4). Así mismo los estudios de enfoque cuantitativo permiten establecer una descripción detallada de cada variable y sus modalidades por medio de diferentes herramientas a nivel estadístico, que evidencian el comportamiento de cada una de estas y su posible relación, siendo también adecuada para muestras amplias por su posibilidad de resumir la información sin disminuir la rigurosidad requerida.

Desde la corriente empirista se identifica a la experiencia y la observación como base de todo conocimiento, y en investigación la evidencia empírica se comprende como aquella capaz de apoyar o refutar hipótesis científicas, que deben depender de evidencias o resultados derivados de la experiencia y la observación (Inche, Andia, Huamanchumo, Lopez, Vizcarra & Flores, 2003, p.23). Por su parte las actitudes siendo un constructo que expresa una teoría psicológica no tienen una existencia concreta como los aspectos físicos y observables, por lo que se les considera como conceptos que sobrepasan la observación empírica (Nuria, C. d. K. s.f, p.1). De esta forma toman importancia los instrumentos psicométricos, dado que

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

15

permiten observar por medio de los puntajes obtenidos en las categorías relacionadas al factor psicológico, cuál es la probabilidad de presentar dicho constructo.

Esta investigación surge con el fin de brindar una visión general sobre el fenómeno e identificar los diferentes factores asociados que puedan aportar a estrategias de intervención, que disminuyan los índices de agresividad hacia la comunidad migrante. Por tanto es relevante para el desarrollo de la disciplina y genera aportes para la academia, como en el campo de la psicología social ya que el estudio de las actitudes está estrechamente relacionado con el comportamiento de las personas en un grupo determinado, que para este caso se centraría en el comportamiento político, la manera como los colombianos se relacionan con los migrantes (y en particular con los venezolanos) y la incidencia de esto en la comunidad.

En la psicología de medios permite realizar un análisis de las relaciones que emergen en los espacios digitales como es el caso de las redes sociales virtuales, su uso y propagación de la información. De esta forma el ciberespacio se enmarca como un espacio en el que los usuarios pueden crear grupos en función de su preferencia, generar procesos de comunicación y vinculación como lo desarrollarían en escenarios físicos.

Incluso para la psicología política que permite ver de forma crítica el problema planteado y los aspectos asociados a él como los diferentes comportamientos en común con la orientación política de preferencia. De igual manera genera aportes para los referentes teóricos que describen la manipulación mediática, la polarización y su influencia en la sociedad.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

16

4. Marco epistemológico y paradigmático.

Este estudio se desarrolla desde el paradigma postpositivista, el cual se destaca al tomar en cuenta la realidad como imperfecta y sólo de forma probabilística, considerando los resultados como probablemente verdaderos y en donde está presente la posibilidad de falsación (catalán & Jarillo, 2010, p.3). El postpositivismo como nuevo paradigma está adquiriendo importancia significativa en el campo de las ciencias sociales al formar una visión diferente del medio que nos rodea y constituye un paradigma totalmente nuevo no sustentado en el paradigma positivista o viejo paradigma (Rondón, 2017, p.9).

Enmarcado en lo anterior, esta investigación busca realizar un estudio de tipo exploratorio en donde se observe el fenómeno de una forma menos rígida que en el positivismo al no buscar con control de variables ni generalizar los resultados sino establecer posibles relaciones de variables en un grupo de personas sin necesidad de intervenir de forma invasiva en su desarrollo.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

17

Marco teórico y conceptual

A continuación, se abordan los conceptos y teorías más relevantes que se desarrollan a lo largo del documento, con el fin de que se pueda comprender a mayor profundidad el fenómeno de interés a estudiar. Es por esto que las variables de mayor influencia para la presente investigación son la tendencia política asociadas a la identidad, las redes sociales virtuales influenciadas por la polarización y la xenofobia con respecto a la formación de actitudes.

Identidad.

La identidad ha sido un constructo abordado desde diferentes autores y se le brinda tal importancia debido a que presenta componentes individuales y grupales que les permite a las personas convivir en sociedad, donde el sujeto se auto reconoce y se siente parte de un grupo en particular, con el que puede compartir ideologías y estilos de vida. Hall (como se citó en Ovejero, 2015) postula tres tipos de identidad: en primer lugar se encuentra la de ilustración, que entiende al ser humano como universal, auto centrado y dotado con habilidades de razón; en segunda instancia la del interaccionismo simbólico, en la que se brinda importancia al factor socializador como constructor de su entorno ya que su unidad no resulta del todo suficiente; y por último, la de identidad del sujeto posmoderno, caracterizada por la falta de estabilidad (p. 7).

Monereo & Pozo (2011) definen la identidad como aquella que “filtra la información que llega a nuestro sistema cognoscente, modela el modo en que interpretamos la realidad y selecciona buena parte de los cursos de acción que ponemos en marcha para enfrentar los problemas y conflictos que nos propone el mundo” (p. 11). De esta manera, la identidad

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

18

permite comprender el entorno y, a partir de allí, adoptar conocimientos que sean congruentes con los que el individuo toma como propios, los cuales pueden ser dados desde sus interacciones y grupo sociales, ya que “las personas se autodefinen, generalmente, en función de los grupos a los que pertenecen” (Paéz & Ayestarán, 1998, p. 24).

A partir de estos grupos las personas empiezan a crear su identidad social, la cual se caracteriza “por aquellos aspectos de la autoimagen de un individuo que proceden de las categorías sociales a las que pertenece” (Monereo & Pozo, 2011, p. 60). Cuando el individuo se reconoce como perteneciente a un grupo, adopta comportamientos, valores, creencias y sentimientos que la colectividad acoge y acepta socialmente, ya que esto le permite adaptarse y satisfacer su necesidad de reconocimiento.

Tendencia política.

A lo largo de la historia de Colombia se ha contado con dos vertientes políticas predominantes, en inicio conocidos como conservadores y liberales. Desde sus posturas, las personas identificadas con una vertiente conservadora consideran “a la sociedad como una jerarquía de hombres con diferentes habilidades y funciones, para ello, se necesitan instituciones fuertes que controlen al hombre, tales como la familia, la iglesia y el Estado” (Lozano, 2015, p. 30). Por el contrario, las personas que manifiestan mayor interés en la vertiente liberal “concebían la sociedad como una suma de individuos racional y jurídicamente iguales. Creían que, si se permitía que los individuos siguieran libremente sus inclinaciones intelectuales y materiales, se contribuiría al progreso de la civilización y al bienestar general de la sociedad” (Lozano, 2015, p. 30).

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

19

Frente a aspectos netamente económicos existen dos vertientes: en primer lugar, se encuentra la derecha, que se define como “la libertad económica, la economía impulsada por el mercado y la asignación de recursos” (Petrick, 2010, p. 49); y por otro lado se encuentra la izquierda, que se define como “economía de la igualdad social impulsada por motivos políticos y la asignación de recursos” (Petrick, 2010, p. 49).

A partir de estas dos tendencias surgen diferentes actitudes en torno a ámbitos sociales, económicos, religiosos, sexuales y entre otros que comprenden componentes cognitivos, afectivos y conductuales de gran influencia en el comportamiento colectivo, el cual también se relaciona con la identidad política, definida según Dawson, Prewitt & Dawson (como se citó en Acosta, 2015) como “un concepto mayor que implica un conjunto de valores, orientaciones y comportamientos del individuo que están vinculados con su visión de las relaciones de poder existentes en el seno de la sociedad” (p. 170).

Básicamente, esta identidad política le imparte al sujeto reglas, formas de comportamiento, actitudes y creencias con base en los valores que identifican esa ideología, entendiendo que “se basa en discursos institucionalizados y estables, arraigados históricamente y aceptadas socialmente desde su comunidad en particular” (Pardo, 1999, p. 68), permitiendo que el individuo se sienta parte de una colectividad y por lo tanto facilite los procesos de socialización y adaptación inmersos en las dinámicas de su comunidad.

Redes sociales virtuales.

Las redes sociales virtuales se han convertido en una herramienta de uso cotidiano para la comunicación entre las personas a través del envío y entrega de mensajes. Adicionalmente, permiten el desarrollo de la participación activista de temas de carácter social, al igual que el

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

20

entretenimiento de los usuarios. Comprendiendo a los medios digitales como parte de las dinámicas que se establecen socialmente y de las interacciones entre sus miembros, se da paso a nuevos escenarios de socialización en lo denominado el ciberespacio (Gómez, 2014, p. 14).

De esta forma, las redes sociales virtuales se convierten en el foco de las actividades indispensables para los individuos actualmente como en su desarrollo laboral, académico y afectivo, que ha sido promovido por el avance constante de las tecnologías de la información y comunicación, las llamadas TICs (Domínguez, López & López, 2016, p. 117). Teniendo en cuenta el nivel de importancia que toman estos medios cibernéticos, es primordial destacar las redes sociales de mayor relevancia, para identificar cuáles son las redes donde hay mayor interacción entre los usuarios y de esta forma categorizar las que se tendrán en cuenta para el presente estudio.

Por lo anterior se lleva a cabo un abordaje teórico que permite identificar su transcurso en el tiempo, donde la red social digital *Myspace* surge en el año 2003 con el objetivo de crear vínculos nuevos, siendo la de mayor valor comercial hasta la llegada de *Facebook* en el año 2005. Luego surge la red social *Linkedin*, la cual era de uso exclusivo para profesionales, teniendo igualmente popularidad y un gran número de usuarios en todo el mundo. *Facebook* a su vez creada por Mark Zuckerberg en la universidad de Harvard tuvo un crecimiento acelerado, con un total de 1,450 millones de usuarios para el año 2016. Posteriormente se da a conocer *Youtube* fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawen Karim, cuya finalidad original era compartir videos musicales, y *Twitter*, una de las últimas grandes redes sociales de la actualidad fundada por Jack Dorsey, Evan Williams y Biz Stone, que se ha caracterizado por limitar a 140 caracteres los mensajes compartidos. Seguimiento de este gran

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

21

desarrollo y propagación rápida aparecen otras redes sociales de gran impacto como *Skype* en el año 2010, *Instagram* en el mismo año y *Pinterest* en el 2011, iniciando el grupo de las redes sociales móviles (Domínguez et al., 2016, p. 122).

Así mismo, las redes sociales permiten que temas de interés social sean tomados en acotación, en donde los usuarios participan con sus opiniones basadas en inclinaciones de tipo religioso, educativo, político y económico. Estos medios de comunicación movilizan y actualizan el actuar diario de las personas, como lo son las tendencias que se forman y fortalecen a través de la interacción entre el grupo al que se pertenece. Generando así que los usuarios se sientan identificados con una opinión en particular, como es el caso de la identidad política.

Polarización.

Como componente inmerso en la participación de las redes sociales virtuales, cabe mencionar a la polarización como un efecto emergente en la comunicación en el ciberespacio. La cual se concibe como una distribución que describe una población agrupada y que presentan un conjunto de atributos que puede incluir varias características, en las cuales usualmente se encuentran las preferencias políticas o religiosas (Cárdenas, 2011, p. 260). Dado que los intereses de mayor relevancia pueden presentar diferentes particularidades, se tiene en cuenta que pueden así mismo modificarse o cambiar según las dinámicas sociales.

De esta forma es posible identificar cómo se comporta dicho proceso especialmente en los medios digitales, siendo a su vez importante realizar una diferenciación entre polarización y desigualdad, donde “la polarización tiene una relación más estrecha con el surgimiento de conflictos sociales tipo guerra civil” (Cárdenas, 2011, p. 268) y por otro lado “la desigualdad

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

22

se puede entender como una condición necesaria pero no suficiente para la polarización” (Cárdenas, 2011, p. 253). Es decir que la desigualdad viene dada como un componente fundamental en el desarrollo de la polarización en la que se destaca los problemas que surgen socialmente como fuente de origen principal de dichos grupos de preferencias, teniendo en cuenta que pueden desarrollarse en diferentes contextos.

Se describe la polarización como un proceso psicosocial, en el cual las diferentes posturas ante un determinado problema se dividen en dos esquemas opuestos y que se desarrolla en un ámbito social. Las personas se identifican con un grupo, del cual comparten la forma de percibir un determinado problema y dan rechazo hacia la postura opuesta y a las personas que hacen parte de ella; categorizan al lado opuesto (es decir, a su rival) de forma simplista y negativa, involucrando los intereses ideológicos y las clases sociales establecidas socialmente (Baró, 1983, p. 130).

Cuando los sujetos se identifican con alguna de las posturas y se da paso a la polarización, se involucran los procesos perceptivos que se desarrollan en los seres humanos, elaborando de esta forma los llamados esquemas mentales. Lo anterior conlleva a la oposición y alejamiento que se determina hacia el grupo diferenciador, construyendo así mismo un estereotipo social que actúa de reforzador y permite el aumento de los casos en donde se evidencian dichas situaciones (Baró, 1983, p. 131). Lo anterior permite mostrar una visión más clara sobre cómo se origina esta manifestación y la forma en que logra relacionarse con el diario vivir por el que transcurre y se moviliza la sociedad. Un ejemplo de ello es lo que sucede con la xenofobia, en el que al tratarse de un conflicto social demasiado atrayente se distribuye la población en dos bandos, los que la apoyan y los que no, esto se evidencia a través de las redes sociales virtuales donde los usuarios se integran en torno a esos grupos que

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

23

hacen referencia a sus intereses lo que da paso a que la información que se observa en los canales digitales se limite a la relacionada con la postura del grupo dejando atrás otro tipo de opiniones permitiendo así que surja la polarización.

Xenofobia.

La xenofobia ha sido un fenómeno que ha estado presente en diferentes países y que su prevalencia ha ocasionado múltiples conflictos a nivel social. Esto ha motivado a ser estudiada desde diferentes perspectivas; en primer lugar, desde el glosario para una sociedad intercultural se ha definido que procede “del griego *xenos* –ajeno, extraño, extranjero– y *fobos* –miedo, fobia, aversión, al rechazo y/o discriminación del que viene de fuera del grupo de pertenencia, esencialmente del grupo de pertenencia nacional o nación” (Bouza, 2002, p. 2). Como efecto de esto, la percepción que se tiene hacia el inmigrante es de amenaza, debido a que supone un cambio en la cotidianidad del colectivo, en sus costumbres, hábitos, creencias y aspectos culturales en general. Frente a este componente cultural, Moge kwu (2005) plantea que la xenofobia básicamente se conceptualiza como el resultado de una mala comunicación intercultural, en el que los miembros de una cultura nacional no entienden, aprecian y tampoco dan cabida a miembros de otra cultura nacional entre ellos (p. 7). Esta comunicación que se presenta de manera errónea y propicia que las interacciones entre la sociedad se enmarquen a partir del odio, en el que se sobrevaloran solamente aspectos que se perciben como negativos.

Por otro lado, Díez (2009) manifiesta que la xenofobia “se refiere a las actitudes o comportamientos relativos a la exclusión social de inmigrantes , es decir, personas con nacionalidad distinta a la propia” (p. 23) Estos espacios de exclusión social se desarrollan

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

24

desde diferentes manifestaciones, entre las que se evidencia la poca oferta laboral ofrecida al inmigrante y sus precarias condiciones, y la estigmatización social a partir de prejuicios con los que se relaciona, como por ejemplo el aumento de inseguridad.

Bastante relacionado con el concepto de Díez, se encuentran los postulados que proponen Solomon & Kosaka (2014), quienes manifiestan que la xenofobia se deriva de la sensación de que los no ciudadanos representan algún tipo de amenaza para la identidad de los beneficiarios o de sus derechos individuales (p. 5).

Estos espacios de discriminación que se crean a partir del rechazo que genera la llegada de inmigrantes promueven el discurso de odio, entendido como la deliberada intención de provocar una afectación en la dignidad de un grupo de personas a través de "expresiones hirientes" (Esquivel, 2016, p. 4). Entendiendo el lenguaje como constructor de realidad, estos discursos a nivel colectivo generan malestar y a medida que se van propagando se normalizan, sin brindar importancia en el nivel de afectación psicológica que puede causar esta estigmatización en las personas inmigrantes. Por lo tanto, estos "sentimientos y estereotipos anti-migrantes que se derivan de los conceptos erróneos y las divisiones sociales, políticas, económicas y culturales se han identificado comúnmente como motores para este tipo de agresión xenófobo" (Akande, Musarurwa & Kaye, p. 2). Partiendo de esto, para comprender específicamente este fenómeno, es fundamental conocer cómo se desarrollan estos procesos de agresión a nivel colectivo y qué tanto se pueden relacionar con las manifestaciones xenófobas.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

25

Actitudes.

El concepto de las actitudes ha sido uno de los más abordados por la psicología desde diferentes perspectivas a lo largo de la historia. Uno de los primeros autores que conceptualizó este constructo fue Gordon Allport (como se citó en Campos, 1985), quien “define la actitud como un estado mental y neural de disposición, organizado a través de la experiencia, que ejerce una influencia directiva o dinámica sobre la conducta del individuo ante todos los objetos y situaciones con los que se relaciona” (p. 401). Este autor relaciona la formación de actitudes con los componentes cognitivo, neuronal y contextual, ya que su entorno medio en la conducta y en la percepción de diferentes fenómenos que le rodean. Así mismo, desde posturas netamente conductista se encuentra Doob (1947), quien postula que una actitud “es una respuesta implícita, generadora de impulsos, considerada socialmente significativa en la sociedad del individuo” (p. 43).

Teniendo en cuentas las posturas anteriores y las múltiples definiciones que surgieron en esta época (cada una vista desde diferentes enfoques), el psicólogo social Borwitz (como se citó en Campos, 1985) decide dividir las actitudes en categorías con base en tres características: la primera desde la evaluación positiva o negativa que se evidencia en un contexto específico, la segunda desde la inclinación a comportarse de una manera particular y la tercera desde la unión de los componentes: afectivo, cognitivo y conductual. (p. 402)

Esta categorización permite comprender el estudio de las actitudes desde una visión integral – a nivel afectivo, cognitivo y conductual –, siendo de interés la incidencia de la actitud sobre el comportamiento. De esta forma, Ibañez (2004) propone que “la actitud es una predisposición a comportarse de una determinada manera, ante una situación u objeto social” (p. 184). Frente a dicha predisposición comportamental, Myers (2010) plantea tres

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

26

condiciones para que la actitud sea un predictor de comportamiento: la primera surge cuando minimizamos otras influencias sobre nuestras declaraciones de actitud y sobre nuestro comportamiento, la segunda cuando la actitud es específicamente relevante para el comportamiento observado, y en la última se determina que una actitud predice mejor el comportamiento cuando esta es fuerte y está por encima de otras (p. 128).

Con respecto a este componente actitudinal, la evaluación positiva o negativa de un fenómeno en particular permite conocer la percepción que se tiene en torno a este y, por ello, es posible conocer cuál es la posición que se tiene hacia la población inmigrante, si en esta evaluación se considera como una amenaza y si a partir de esta se pueden desencadenar comportamientos en particular que puedan definir a un colectivo como xenófobo o no

Los apartados expuestos en el marco conceptual permiten comprender como se ven relacionados al fenómeno a investigar donde la identidad política, la actitud xenofóbica se ve manifestada a través de las redes sociales en donde a su vez toma lugar la polarización. Esta última se encarga de que estas actitudes e identidades se enmarquen a través de posturas colectivas hacia un sector determinado, en el que se radicaliza la información entorno a percepciones extremas.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

27

6. Marco empírico.

A continuación, se presenta una revisión de algunos estudios que permiten visibilizar el recorrido investigativo de las variables a explorar, teniendo en cuenta que no todos los estudios han indicado niveles altos de xenofobia, pero otros sí como el realizado en el continente europeo donde por medio de un análisis del discurso relacionado con la llegada de los inmigrantes y que fue reproducido por las redes sociales, se encontró que dicho fenómeno lo asocian con los desastres naturales y las amenazas geopolíticas de seguridad (Dempsey & McDowell, 2018, p. 153). A partir de este estudio se puede dar cuenta de que la información divulgada por los medios de comunicación toma un valor importante para el desarrollo de una postura frente a la situación que sucede actualmente, dado que juegan un papel de mediación en la comprensión de la situación social (Dempsey & McDowell, 2018, p. 159).

Cabe mencionar que los encuentros digitales pueden ser de gran importancia para construir la percepción de las personas sobre un tema de interés y los vínculos que, de cierta forma, fortalecen los lazos sociales que emergen del escenario virtual (Bork-Hüffera & Yeohb, 2017, p. 100). De esta forma, surge como cuestionamiento si en efecto estos espacios virtuales modifican la postura frente a situaciones de conflicto que afectan social, política y económicamente determinada comunidad, puesto que “los medios digitales no sólo han creado un nuevo espacio para la contrapolítica, sino también para un nuevo tono en forma de discurso corrosivo, tanto por parte de los ciudadanos como de los migrantes” (Bork-Hüffera & Yeohb, 2017, p. 96).

Como evidencia de esta afectación en el ámbito político, se presentó un estudio de caso realizado con las elecciones presidenciales del 2012 en Estados Unidos, donde se manifiesta

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

28

que la publicidad – en específico negativa – logra relacionarse con el aumento de la actividad ciudadana en la red social *Twitter* y, de esta forma, se logra predecir un alto nivel de hostilidad y agresión (Hopp & Vargo, 2017, p. 368). De esta forma, es posible dar cuenta de la participación de las redes sociales virtuales sobre la actitud hacia alguna situación o persona en específico, la cual es moldeada por imágenes, comentarios y discusiones.

Otro análisis realizado con la red social *twitter* buscó explorar la relación que se establece entre la orientación política y las actitudes homofóbicas y se encontró que la postura conservadora se asocia en gran medida y de forma positiva con este fenómeno social, que comparado con la ideología liberal aumentaba en 3.8 puntos (Boutyline & Willer, 2016, p. 13). Tomando en cuenta que la información se recolectó de los seguidores de los actores políticos más destacados, es posible tener como supuesto que la actitud que toma el usuario político frente a alguna situación actual servirá de influencia para sus seguidores.

Igualmente, se observa que la política mantiene una participación importante al momento de expresar actitudes xenófobas que emergen en un contexto; según la investigación realizada por Akande, Musarurwa & Kaye, (2018), “la extrema derecha comenzó a adoptar una estrategia que ha puenteado discursos nacionalistas, populistas y xenófobos a través de encuadre anti-élite y anti-minoritario, basándose en las actitudes anti-sistema negativo y anti-gitanas en poder del público” (p.8).

Otras exploraciones permitan dar cuenta empíricamente de los supuestos en los que la derecha está mayormente relacionada con el fenómeno de estudio, donde se encuentra que las personas más xenófobas se pueden categorizar como mujeres entre 46 y 60 años de edad, pertenecientes a un estrato socioeconómico medio o bajo, con un nivel de educación bajo, de

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

29

preferencia política de derecha y práctica religiosa esporádica (Herranz & Fernandez, 2017, p. 145). Además de ser personas con preferencia política de derecha, el autor incluye otros factores sociales que podrían ligarse a la xenofobia, lo que lleva al interés de dar validez o contradicción a esas posturas.

En una investigación elaborada en Chile se examinaron algunos factores mencionados anteriormente, la cual concluye que las personas no religiosas y de tendencia política de izquierda muestran menores niveles de homofobia, xenofobia, clasismo y patriocentrismo. Adicionalmente, encontraron que las mujeres muestran – únicamente – menores niveles de homofobia en comparación con los hombres (Hatibovic, Bobowik, Faúndez & Sandoval, 2017, p. 143). Como se puede dar cuenta, dicho análisis concuerda con el estudio anterior al mencionar el sexo como factor diferenciador, en donde se expresa que las mujeres tienen tendencia a presentar niveles de xenofobia más altos, al igual que las personas con una práctica religiosa constante y de tendencia política de derecha.

No obstante, se identifican resultados diferentes como los encontrados en la investigación que se realizó en Sudáfrica que buscó conocer la percepción de los estudiantes de la universidad de Durban sobre la xenofobia, obteniendo como conclusión que el 81% de los encuestados no participaría en una actividad de ese tipo (Akande, Musarurwa & Kaye, 2018, p. 8).

Así mismo en otra investigación, la cual fue llevada a cabo por Kitayama (2018) se enuncia que “los discursos culturalmente enfocados sobre los migrantes y la política de inmigración han sido ampliamente adoptados, no sólo por la extrema derecha, sino también por la derecha populista, e incluso por algunos en la izquierda” (p. 215), lo que pone en entre

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

30

juicio la idea de considerar solamente la orientación política de derecha como determinante para la manifestación de las actitudes xenófobas. Dado que se encuentran hallazgos divergentes, es necesario validar la información por medio de un estudio que permita el análisis de dichos factores y considerando variables sociales y culturales más cercanas a nuestro contexto nacional.

Esta revisión permite dar cuenta de que la xenofobia y los factores relacionados a ella – como la actitud política y los medios digitales – son de interés global, donde se enmarcan conflictos sociales e iniciativas investigativas que permitan dar respuesta a cómo se desarrolla el fenómeno. También fue posible identificar que los análisis desarrollados no incluyen las variables de interés en esta investigación de manera conjunta, sino que las explora individualmente o de forma dual (por ejemplo, la xenofobia y la actitud política o la política y las redes sociales), por lo que esta investigación propone una alternativa metodológica que permita explorar las tres variables mencionadas como factores conjuntamente agrupados.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

7. Marco legal.

A partir de la crisis migratoria que se ha presentado en Colombia debido al aumento en las tasas de ingreso de ciudadanos inmigrantes, se han adoptado diferentes medidas a nivel legal que propicien la garantía de sus derechos. Para ello, en el año 2017 el ministerio de relaciones exteriores expidió la resolución 5797 por la cual se crea el permiso especial de permanencia, que pretende “garantizar la seguridad y el respeto, de los extranjeros venezolanos (...) que permite al estado colombiano preservar el orden interno y social, evitar la explotación laboral y velar por el respeto de la dignidad humana” (Ministerio de relaciones exteriores, 2017, p.2). Igualmente, en el artículo 1 se establecen los requisitos por los cuales se otorga el permiso de permanencia, donde describe que debe:

Encontrarse en territorio colombiano a la fecha de publicación de la presente resolución, haber ingresado al territorio nacional por puesto de control migratorio habilitado con pasaporte, no tener antecedentes judiciales a nivel nacional e internacional y no tener una medida de expulsión o deportación vigente (Ministerio de relaciones exteriores, 2017, p.3).

Este permiso especial de permanencia permite a algunos ciudadanos migrantes la posibilidad de laborar en empleos formales que garanticen el acceso a seguridad social. Sin embargo, la mayoría no cuentan con todos los requisitos para poder acceder a este permiso, por lo que al ingresar al país deben optar por realizar labores de tipo informal, expuestos a sufrir explotación laboral y a bajas garantías de sus derechos fundamentales.

Por otro lado, teniendo en cuenta que en la presente investigación la información se recolectó a través de un instrumento difundido por medio de las redes sociales virtuales, en el

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

32

primer apartado se ubicó el consentimiento informado (anexo A), el cual es reglamentado a través de la Ley 1090 de 2006 por medio del código deontológico y bioético y que señala que se debe brindar información acerca del anonimato en cada proceso del estudio, el objetivo de la investigación y la aclaración frente al manejo exclusivamente educativo e investigativo de estos datos.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

8. Marco metodológico.

El presente estudio se enmarca desde un enfoque cuantitativo de alcance exploratorio por lo cual no se parte hipótesis. Dado que en la revisión de la literatura se evidencia que hay pocas investigaciones relacionadas con el problema de interés en el contexto colombiano, no se partirá de supuestos sobre la relación de las variables y se implementarán métodos multivariados exploratorios. De esta forma, también es posible dar a conocer el fenómeno y aportar información que pueda servir para llevar a cabo futuras investigaciones e indagar nuevos problemas relacionados (Sampieri, Collado & Baptista, 2014, p.91). El diseño de investigación es no experimental, dado que no se generará ninguna situación controlada, ni se manipularán variables independientes, sino que se observarán situaciones ya existentes (Sampieri, Collado & Baptista, 2014, p.152).

Método de la investigación.

Análisis de correspondencias múltiples.

Esta técnica se encuentra “enmarcada dentro de los métodos estadísticos factoriales, está diseñada para estudiar las relaciones entre cualquier número de modalidades de distintas variables categóricas” (Parra, 1996, p.2). Este tipo de análisis se obtiene por medio de “unos cálculos donde los objetos a describir se transforman en puntos sobre un eje o en un plano” (Parra, 1996, p.3), utilizando dichos puntos y la determinada agrupación que surge de ellos como resultados de asociación o independencia de las modalidades de las variables.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

34

Pruebas de independencia chi cuadrado.

Es una prueba estadística que evalúa las hipótesis que se establecen sobre la relación entre dos variables categóricas y no tiene en cuenta las relaciones causales. Así mismo, el nivel de medición de las variables que utiliza es nominal u ordinal y se calcula por medio de una tabla de contingencia, donde cada variable se subdivide en dos o más categorías. (Sampieri, Collado & Baptista, 2014, p.318).

Tablas de contingencia.

Se utilizan para clasificar a los sujetos en diferentes categorías considerando las frecuencias y probabilidades conjuntas o condicionales en cada categoría presentadas por una variable categórica, nominal o cualitativa. Se utiliza para determinar si dos o más muestras son homogéneas y si la distribución de los datos es similar respecto de una variable de criterio en particular (Pérez, 2008, P.578). Una tabla de contingencia permite establecer las distribuciones de dos variables nominales, de modo que refleje las frecuencias de sus combinaciones y también los totales; en este caso, los números a evaluar son frecuencias y no las medias presentadas en una cantidad de individuos, por lo que no se determinan a partir de un promedio de registros de determinada clase (Aron & Aron, 2001, p.473).

Participantes.

Los participantes de este estudio son ciudadanos colombianos mayores de edad seleccionados a partir de un muestreo no probabilístico, el cual responde a las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización (Sampieri, Collado & Baptista, 2014, p.189) y en donde “todos los elementos muestrales de la población serán

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

35

seleccionados bajo estricto juicio personal del investigador” (Namakforoosh, 2010, p.189). Se recolectaron 332 datos, de los cuales se eliminaron 13 por los criterios de inclusión establecidos, es decir que sean personas de nacionalidad colombiana y mayores de 18 años, para un total de 319 participantes.

Instrumentos de recolección de datos.

Encuesta datos sociodemográficos y sobre el uso de las redes sociales virtuales.

La recolección de los datos se realizó por medio de un cuestionario auto dirigido que se dividió en tres secciones, en la primera parte se presenta el consentimiento informado, donde se especifica la participación voluntaria, el uso académico de la investigación, el carácter anónimo de la información y por medio de una pregunta el usuario especifica si desea participar o no en el estudio (Anexo A).

La segunda sección corresponde a siete preguntas relacionadas a los datos sociodemográficos, algunas de tipo abiertas como la edad y el lugar de procedencia y otras cerradas de opción múltiple con única respuesta como el sexo, la zona de la vivienda, el estrato, la ocupación y la escolaridad (Anexo B). En la construcción de esta sección se tuvo en cuenta los aspectos más significativos en las interacciones sociales y mediante la revisión por parte del equipo investigador se escogió las preguntas que permitieran conocer dichos aspectos.

En la tercera parte se encuentran seis ítems acerca de la información sobre la usabilidad de las redes sociales virtuales, desarrollados por medio de preguntas cerradas de opción múltiple con única respuesta, como sí usa redes sociales, cuál es la de mayor uso y cuántas horas

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

36

dedica a permanecer en ellas, otras con respuesta múltiple, como cuáles son las redes sociales que utiliza y cuál es el fin que le da al uso de las redes sociales, Finalmente se establece una pregunta en escala likert en donde expresa cual es la información de interés en las redes sociales (Anexo C). Para la elaboración de las preguntas se tuvo en cuenta que permitieran identificar el uso de las redes sociales virtuales y cuáles eran las redes sociales más significativas. En donde a partir del juicio del equipo investigador y de las evidencias teóricas encontradas, se determinaron cuáles son las redes sociales virtuales de mayor popularidad para incluirlas dentro de los ítems.

Compás político.

The Political Compass es un instrumento de acceso libre que permite ubicar a los participantes en una tendencia política, se caracteriza por su universalidad y su aplicación a todas las democracias, pues compara los diferentes países y las figuras políticas pasadas y presentes que han sido de incidencia mundial (The Political Compass, 2020). Su aplicación es de forma autodirigida y el análisis de los resultados es generado de forma inmediata. En la tabla XX se ilustra la estructura del instrumento y el tiempo aproximado para responderse, igualmente en el anexo D podrá observar las diferentes preguntas del cuestionario.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 1

Estructura y tiempo de aplicación de The Political Compass

<i>Apartado</i>	<i>Temática abordada</i>	<i>Número de ítems</i>
Primero	Percepción del país y del mundo	7
Segundo	Economía	14
Tercero	Valores sociales	18
Cuarto	Visión de la sociedad	12
Quinto	Religión	5
Sexto	Sexo	6
<i>Totalidad de ítems</i>		72
<i>Tiempo aproximado para responder de 30 a 40 minutos</i>		

El compás político ha sido utilizado en varios países con fines exploratorios. Por ejemplo, para las elecciones del 2018 de Colombia se aplicó el instrumento a los candidatos presidenciales Iván Duque, Gustavo Petro, Sergio Fajardo, Humberto de la Calle y Germán Vargas Lleras. A partir de sus resultados se logró ubicar a Gustavo Petro con una postura muy a la izquierda en materia económica y como el más progresista de todos, siendo el más alejado del centro; Germán Vargas Lleras obtuvo la mayor polarización a la derecha, pero menos conservador que Iván Duque, quien se ubicó igualmente en la derecha política. Los más cercanos al centro político fueron Sergio Fajardo como conservador y Humberto de la Calle como progresista (González, R, 2018, párr. 5-6).

Al realizar la búsqueda de un test que lograra medir la tendencia política de las personas, este instrumento resultó ser el más pertinente, dada su popularidad, por los representantes

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

38

políticos que lo han desarrollado y por la cercanía con el sistema económico de occidente al ser el mismo que Colombia utiliza. Igualmente, esta búsqueda permitió encontrar que en la actualidad no hay disponibles otros instrumentos que permitan lograr dicho objetivo.

Adicionalmente, a partir de que a los candidatos presidenciales se les considera como los representantes del pueblo y que en las elecciones anteriores realizadas en Colombia dichos candidatos desarrollaron el cuestionario y afirmaron la concordancia de sus ideologías con los resultados obtenidos, es posible comprender que igualmente en el demás ciudadano del país la aplicación del cuestionario es oportuna.

No obstante, es importante declarar una limitación en la implementación de este instrumento dado que no existe validez para la población colombiana, no presenta descripción estadística que permita determinarla y, por lo mismo, no se ha utilizado en investigaciones de gran magnitud, lo que dificulta encontrar estudios que demuestren su efectividad o hagan uso del test.

Cuestionario de Análisis Xenofóbico para Adultos (CAXA).

El cuestionario CAXA fue implementado para identificar el nivel de xenofobia de los participantes de la investigación, el cual fue diseñado por estudiantes de psicología de la Universidad de Cundinamarca (anexo C). Los autores señalan que los ítems se construyeron teniendo en cuenta las características contextuales de la población colombiana y que el instrumento cuenta con evidencia de validez de contenido a partir del reporte de valoraciones positivas de tres expertos que revisaron la coherencia, claridad e importancia de cada ítem y suficiencia de la prueba total.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

39

El instrumento reporta una discriminación de los ítems entre 0.30 y 0.71 y un indicador de consistencia interna a través del Alpha de Cronbach de 0.941. Como evidencia de validez de estructura interna, se reporta un análisis factorial exploratorio con extracción por factorización de ejes principales, con un porcentaje de varianza explicada del 37.42% y del 5.56% para el primer y segundo factor respectivamente y con saturaciones factoriales de los ítems entre 0.297 y 0.735 en el primer factor, identificando unidimensionalidad en la prueba (Narváez, Díaz, Chía, Osorio & Salinas, 2019).

Este instrumento tiene la ventaja de contar con ítems en redacción tanto directa como inversa y que la calificación de los ítems se pondera según cada carga factorial. Los autores señalan que lo primero conlleva a evitar un efecto de aquiescencia al momento de ser contestado el instrumento o la posibilidad de detectar perfiles inválidos por incongruencia de las respuestas y que lo segundo permite asumir que hay diferencias en importancia de los ítems para evaluar la xenofobia y su calificación permite contemplar esta diferencia.

Lo anterior evidencia que el instrumento es eficiente para ser una herramienta útil en futuras investigaciones de este fenómeno social, por lo que se decide utilizarlo en la presente investigación, dado que principalmente hay ausencia de otros instrumentos con el mismo fin y con indicadores de confiabilidad y evidencias de validez para la población colombiana. Para intereses de este estudio, se clasificaron las puntuaciones de los participantes en tres grupos diferentes según sus percentiles, etiquetados como nivel de xenofobia bajo, medio y alto para poder implementar esta variable en el análisis de correspondencias múltiples. Esta clasificación se hizo a través de percentiles y no de acuerdo con la media y la desviación estándar de la variable, debido a que la puntuación no tuvo un comportamiento normal

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

40

(= 0.090, = 319, = 0,000).

Procedimiento.

Inicialmente se elaboró en el mes de septiembre del año 2019 el cuestionario sociodemográfico y de información del uso de las redes sociales virtuales que se describe con anterioridad en el apartado de instrumentos de recolección de datos. Luego de ello se desarrolló una versión en donde se incluye el compás político y el CAXA, para obtener un total de 128 ítems. Posteriormente se realizó una revisión del cuestionario terminado, donde para evitar el efecto de agotamiento se decidió dividirlo en cinco secciones, para luego en el mes de noviembre del año 2019 difundirlo por medio de los espacios digitales, como las redes sociales virtuales, el correo electrónico y algunas páginas web.

Seguido de lo anterior se dio por finalizada la recolección de los datos en el mes de febrero del año 2020, donde se realizó una revisión de los criterios de inclusión descritos en apartados anteriores y se eliminan 13 respuestas para obtener un total de 319. Después de ello para el proceso de análisis de la información que se llevó a cabo en el mes de marzo del año 2020 se recopiló por medio de una base de datos, donde se convirtieron las preguntas en variables categóricas y las variables numéricas como el nivel de xenofobia se dividió en percentiles.

Al tener organizadas las categorías, el documento se copió a los paquetes estadísticos que se utilizaron, donde teniendo en cuenta el objetivo del estudio, el tamaño muestral y el interés de implementar técnicas multivariadas, resultó oportuno el uso del Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) que permite desarrollar perfiles de usuarios, hacer proyecciones y

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

41

análisis de tendencias (Castañeda, Cabrera & Navarro, 2010, p.15). Igualmente se dio uso al programa *Système Portable pour l'Analyse de Donne (SPAD)* que “permite implementar una estrategia de análisis adecuada al tratamiento exploratorio multivariante de grandes tablas de datos” (Bertaut & Marsal, (s.f), p.3) y el cual es un conjunto de programas que facilitan el tratamiento estadístico, llevado a cabo por etapas de organización, cálculo y presentación de resultados analíticos y gráficos (Parra, 1996).

Finalmente para el análisis el análisis de los datos se realizó inicialmente por medio del ACM, con el cual por medio de la nube de puntos identificada en la gráfica que arroja como resultado, es posible observar cuales modalidades se encuentran asociadas, así mismo para comprobar la existencia de las posibles relaciones se hizo uso de la prueba de independencia chi cuadrado y debido a que es un estudio exploratorio se decidió trabajar a un 90% de confianza, como complemento a lo anterior con las categorías que no presentaron independencia se analizaron sus residuales a partir de las tablas de contingencia, donde se determinó en qué modalidades hay mayor asociación.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

42

9. Resultados.

A continuación, se refleja la evaluación de los resultados, en la primera sección se identifica las características sociodemográficas de la muestra, posteriormente la información relacionada con la usabilidad de las redes sociales virtuales, y por último se visualiza el comportamiento de las modalidades en la variable tendencia política y niveles de xenofobia.

Características sociodemográficas de la muestra

Para hacer una caracterización de la muestra implementada en el presente estudio se indagó a cerca de información de tipo sociodemográfica en los participantes, en donde se identificó que el 32% eran hombres y el 68 % mujeres, por lo tanto hubo el doble de mujeres que de hombres. Lo cual podría implicar falta de una mayor representatividad de hombres en este estudio, lo que se tendrá en cuenta para el análisis de las asociaciones que pretenden dar objetivo a la presente investigación

Por otro lado, en estrato socioeconómico se presume en inicio falta de representatividad en estrato 5 y 6 ya que cuenta con un 7%, estrato 1 y 2 representa el 44 % y estrato 3 y 4 el 49%, sin embargo esto es reflejo de la realidad colombiana ya que en efecto así se comporta esta variable a nivel nacional, debido a que los estratos 5 y 6 si indican un porcentaje inferior con respecto a los estratos 1, 2 3 o 4, por lo que se infiere no es un error de tipo muestral

En relación con el lugar de procedencia se identifica que los participantes que habitan en ciudad toman un 33 % y los que habitan en municipio 67%, por lo tanto el doble de participantes habita en municipios, lo que usualmente en las investigaciones no ocurre, sin embargo como universidad regional es de nuestro interés llevar a cabo un estudio que permita conocer la percepción de participantes que habiten en municipios que por lo general no se

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

tienen en cuenta. Continuando con el nivel de escolaridad se identifica participantes con un nivel en primaria o secundaria con 3%, Bachiller con 36%, Técnico o Tecnólogo con 29% y universitario con 31%, por esto se evidencia menor porcentaje de participantes en la modalidad primaria o secundaria, aunque se debe tener en cuenta que la probabilidad de contar con personas que actualmente no hayan culminado su bachillerato es muy baja, aun cuando en su mayoría los participantes habitaban en la Sabana de Occidente

Características en la información relacionada a la usabilidad de redes sociales virtuales en la muestra.

Figura 2. Red social virtual de mayor uso

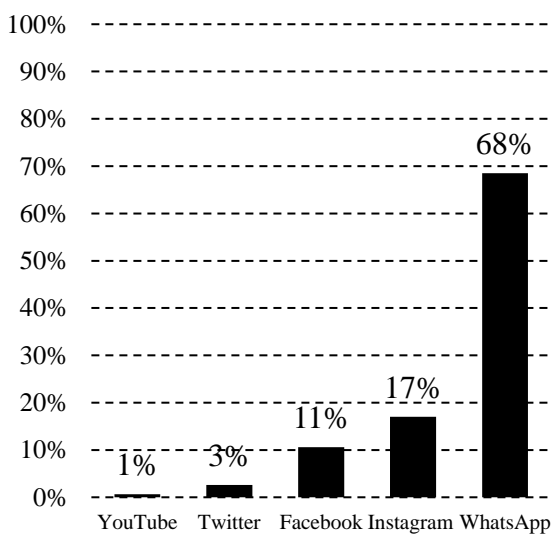
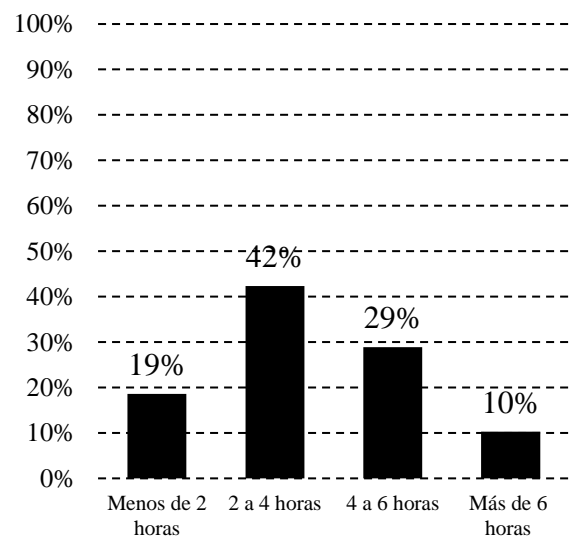
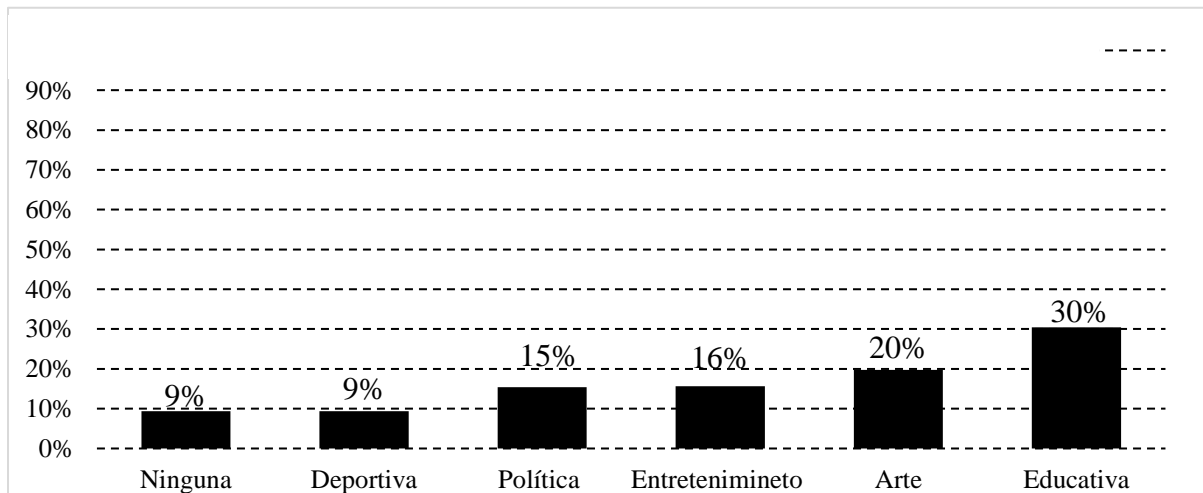


Figura 1 *Tiempo de uso en redes sociales*



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Figura 3. información de mayor interés en redes sociales virtuales.



Con relación a las variables que brindan información de la usabilidad de redes sociales en los participantes, en primer lugar, (la figura 1) evidencia que la red social de menor preferencia es *YouTube* y se infiere que sea así porque no es un espacio en el que haya mucha mensajería instantánea, pero si comunicación asincrónica, la red social de mayor uso sobre la muestra es *WhatsApp*, este porcentaje cuatriplica sobre las otras redes, pero se debe tener en cuenta que esta red en particular representa mayor facilidad de acceso para personas de cualquier edad, nivel de escolaridad o estrato socioeconómico, sin embargo las asociaciones llevadas a cabo pueden conllevar sesgo de representatividad que hay que tener en cuenta en las interpretaciones.

En segundo lugar, (la figura 2) refleja menor representación en uso mayor a 6 horas, sin embargo en función de las otras categorías se identifica variabilidad. En tercer lugar, al

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

analizar la información de mayor interés en redes sociales virtuales, se identifica que la de mayor prevalencia es la relacionada con aspectos educativos que se puede deber a la variabilidad de relacionada en nivel educativo en las categorías, bachiller, técnico o tecnólogo y universitario esta última compende estudios posgraduales.

Características en la tendencia política y los niveles de xenofobia de la muestra.

Figura 4. *Tendencia política.*

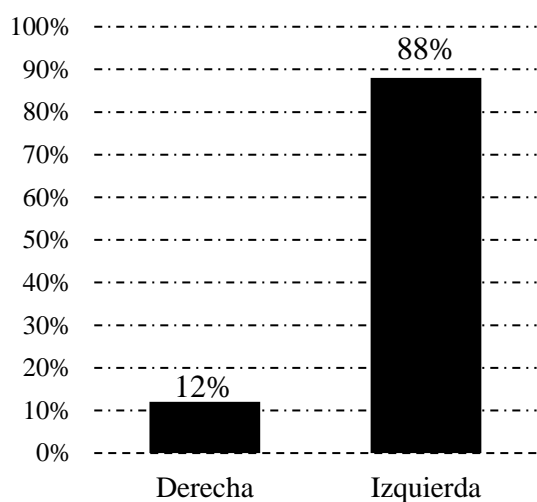
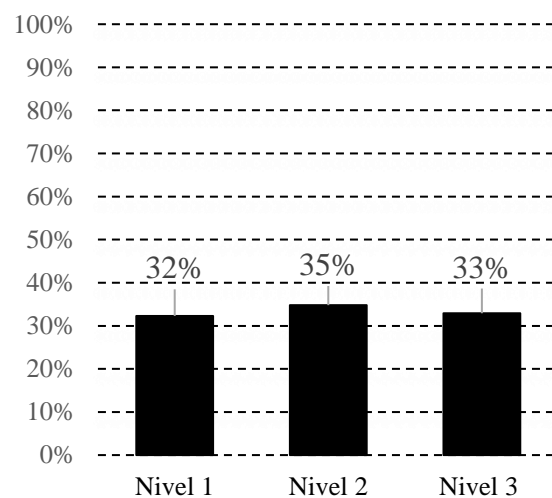


Figura 5. *Niveles de xenofobia.*



Para el análisis de la gráfica 4 que evidencia las modalidades de tendencia política se indica mayor representatividad en izquierda lo que se debe tener en cuenta al analizar las asociaciones, sin embargo como hipótesis se plantea en primer lugar que partiendo desde el análisis del comportamiento político en Cundinamarca se identifica que la tendencia política de izquierda es predominante, tomando en cuenta los resultados del plebiscito por la paz realizado en el año 2016 y las elecciones de alcaldes y gobernadores en los que su mayoría fueron ganadores con ideologías de esta tendencia. En segundo lugar, teniendo en cuenta que es un muestreo por conveniencia, en los participantes que se tuvo mayor acceso para la

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

46

recolección de la información usualmente eran estudiantes de universidad pública que podrían estar relacionados a una ideología más de izquierda.

Para la figura que expone los niveles de xenofobia (figura 5) cabe de notar que esta variable fue categorizada por medio de percentiles, por esta razón se evidencia homogeneidad en sus modalidades.

Relación entre las variables niveles de xenofobia, tendencia política e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.
Figura 6.

Análisis de correspondencia múltiple para las variables niveles de xenofobia, tendencia política, tiempo de uso en redes sociales, red social de mayor uso, información de mayor interés en redes sociales virtuales y redes sociales que utiliza

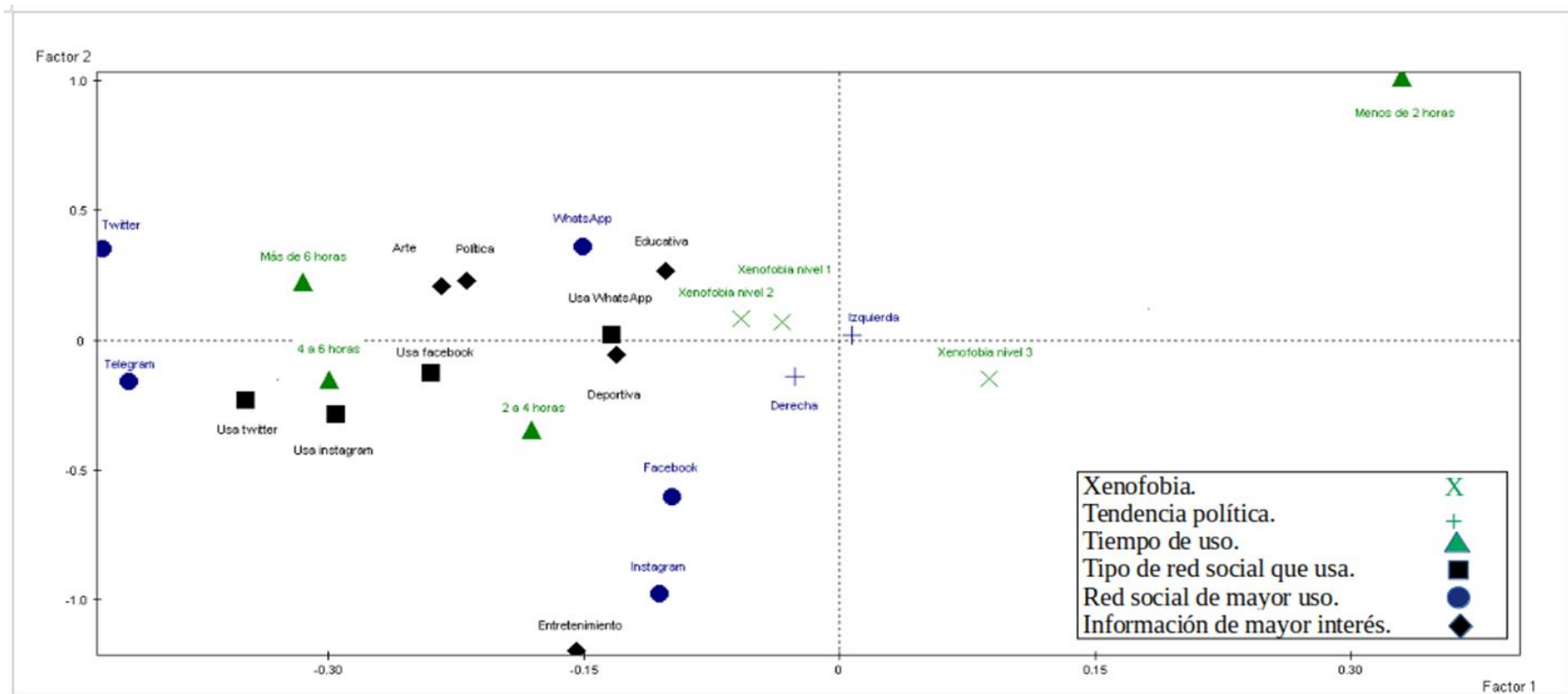
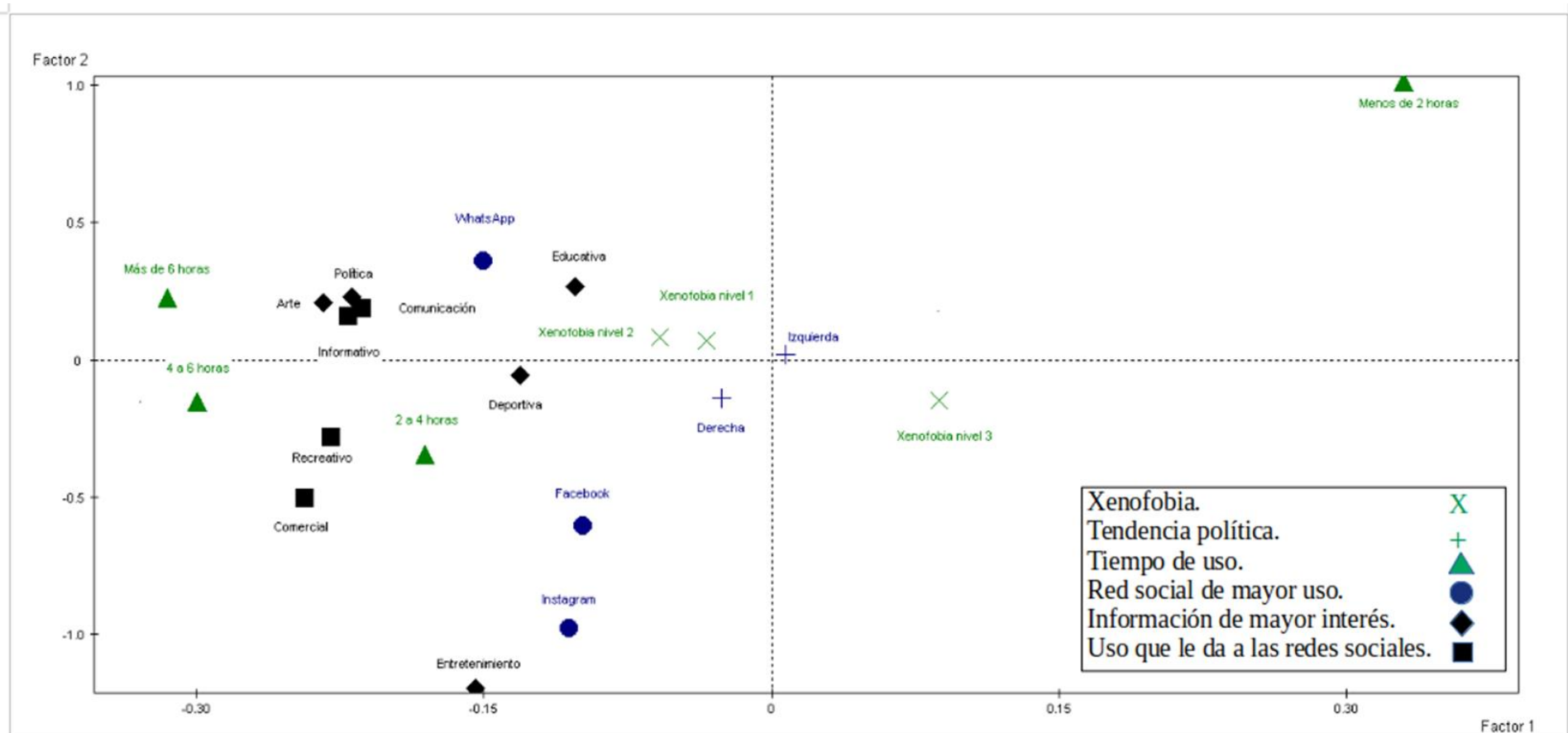


Figura 7

Análisis de correspondencia múltiple para las variables niveles de xenofobia, tendencia política, tiempo de uso en redes sociales, red social de mayor uso, información de mayor interés en redes sociales virtuales y uso que le da a sus redes sociales.



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

49

A continuación, se presentan el análisis de los resultados obtenidos para dar cumplimiento al objetivo general.

Para el análisis de las variables tendencia política, xenofobia, tipo de red social que usa, red de mayor uso, tiempo de uso e información de mayor interés, se utiliza el análisis de correspondencias múltiples, cuyo resultado se muestra en la (figura 6), donde se puede observar que si bien las modalidades que se encuentran cerca a la inercia como la tendencia política de izquierda y de derecha y los niveles de xenofobia no presentan asociación. Si se identifica cercanía en categorías relacionado con el uso de las redes sociales virtuales como es el caso de uso de Instagram, uso de Twitter, uso de Facebook y el tiempo de uso de las redes sociales de 4 a 6 horas esto se puede deber a que estas redes se conocen como las más representativas ya que el contenido de la información se divulga con mayor rapidez. De igual forma hay cercanía entre la información de mayor interés de tipo entretenimiento y la red social Instagram como la de mayor uso, Instagram al ser una red social basada en el contenido de imágenes, donde la comunicación no es tan directa y se conoce información más de la cotidianidad de los usuarios que se comparte por medio del feed y las historias podría ser usada en mayor medida con fines de entretenimiento.

Para el análisis de las variables tendencia política, xenofobia, red de mayor uso, tiempo de uso, información de mayor interés y el uso que le da a las redes sociales, se utiliza el análisis de correspondencias múltiples, donde por medio de la gráfica que se encuentra representada en la (figura 7), se puede evidenciar que aunque las categorías la tendencia política de izquierda y de derecha y los niveles de xenofobia no presentan asociación. Si se identifica proximidad entre la red social de mayor uso Instagram y la información de mayor interés de tipo entretenimiento. Así mismo como la información de mayor interés de tipo recreativa y el

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

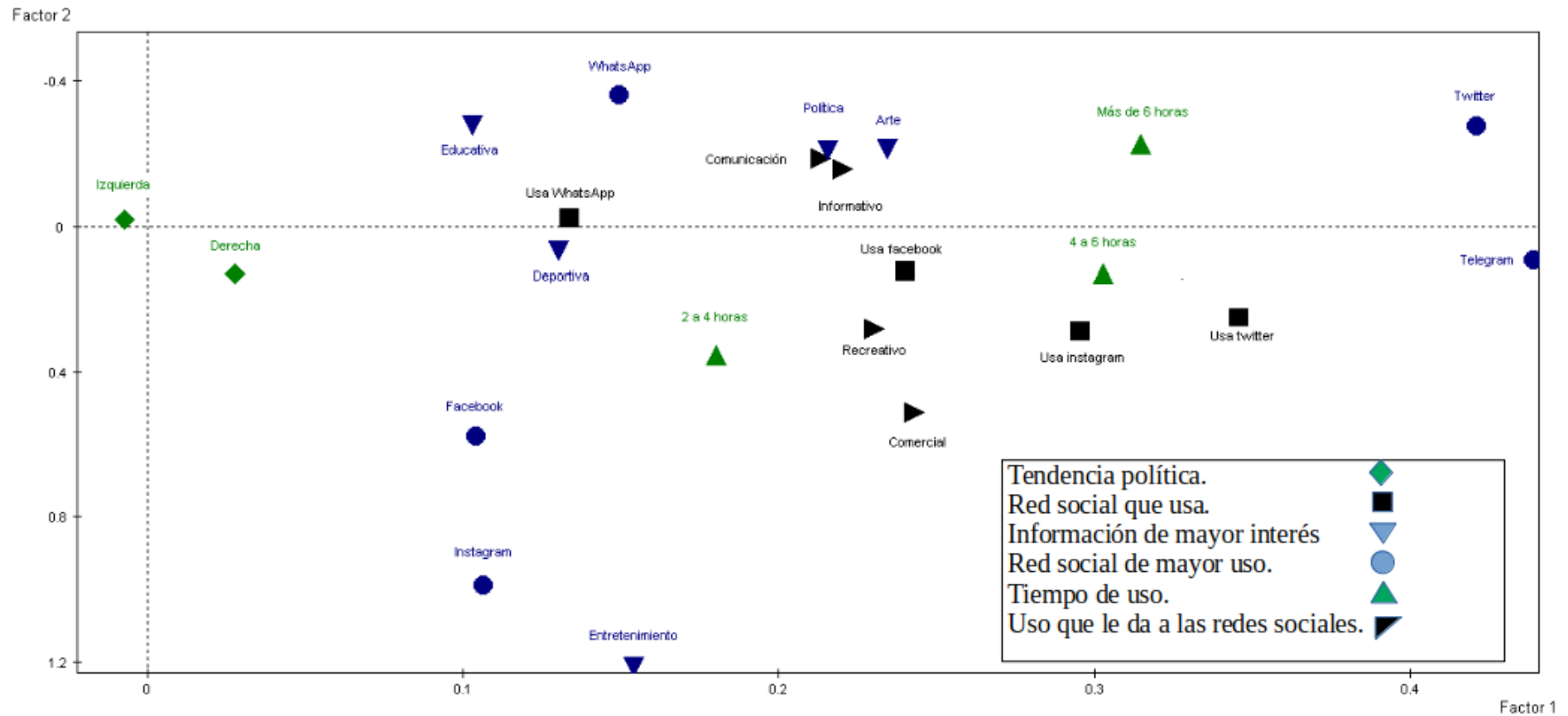
50

tiempo de uso de las redes sociales entre 2 a 4 horas. Como en el análisis anterior parece que los participantes del presente estudio prefieren información relacionada con el entretenimiento o la recreación que se puede encontrar en mayor medida en la red social virtual Instagram, tal vez por su fácil acceso y la proximidad que puede llegar a crear entre usuarios en el divulgamiento de las imágenes.

Relación entre las variables tendencia política e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Figura 8

. Análisis de correspondencia múltiple para las variables, tendencia política e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 2

Prueba de independencia chi cuadrado para las variables tendencia política relacionada con la información de redes sociales virtuales.

	Tendencia política.
Tiempo de uso en redes sociales virtuales	0,93
Red social virtual de mayor uso.	0,51
Información de mayor interés en redes sociales virtuales	0,49
Uso y no uso de WhatsApp en redes sociales virtuales	0,32
Uso y no uso de Facebook en redes sociales virtuales	0,59
Uso y no uso de Instagram en redes sociales virtuales	0,84
Uso y no uso de Twitter en redes sociales virtuales	0,46
Uso y no uso recreativo en redes sociales virtuales	0,35
Uso y no uso informativo en redes sociales virtuales	0,08
Uso y no uso comunicativo en redes sociales virtuales	0,08
Uso y no uso comercial en redes sociales virtuales	0,39

Nota. Las significancias que se presentan con **negrita** son aquellas en las que se rechaza hipótesis nula a un 90% de confianza.

Tabla 3

Tabla de contingencias para las variables tendencia política y uso comunicativo y no comunicativo en redes sociales virtuales.

		Comunicación	No comunicación	Total
Izquierda	Recuento	241	37	278
	% dentro de Tenpolí	86,7%	13,3%	100,0%
Derecha	Recuento	29	9	38
	% dentro de Tenpolí	76,3%	23,7%	100,0%
Total	Recuento	270	46	316
	% dentro de Tenpolí	85,4%	14,6%	100,0%

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 4

Tabla de contingencias en la que se relacionan las variables tendencia política y uso informativo y no informativo en redes sociales virtuales.

		Informativo	No informativo	Total
Izquierda	Recuento	241	37	278
	% dentro de Tenpolí	86,7%	13,3%	100,0%
Derecha	Recuento	29	9	38
	% dentro de Tenpolí	76,3%	23,7%	100,0%
Total	Recuento	270	46	316
	% dentro de Tenpolí	85,4%	14,6%	100,0%

A continuación, se presentan el análisis de los resultados obtenidos para dar cumplimiento al primer objetivo específico que relaciona la tendencia política e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales. A partir de la gráfica de análisis de correspondencia múltiples (figura 8) se puede evidenciar en la nube de las modalidades que las categorías tendencia política no se relacionan con ninguna categoría de redes sociales ya que se encuentran mayor cercanía hacia la inercia.

Posteriormente se presenta la prueba de independencia chi cuadrado que permiten confirmar si en efecto las variables si presentan independencia (tabla 2), a través de esta se identifica que se rechaza la hipótesis nula de independencia en la mayoría de sus variables, excepto en las variables uso y no uso de redes sociales virtuales con fines comunicativo y uso y no uso con fines informativos en redes, cada una de estas con un valor de significancia de 0,089 , partiendo de esto, **a un 90% de confianza no se rechaza hipótesis nula**, por lo tanto las variables no son independientes.

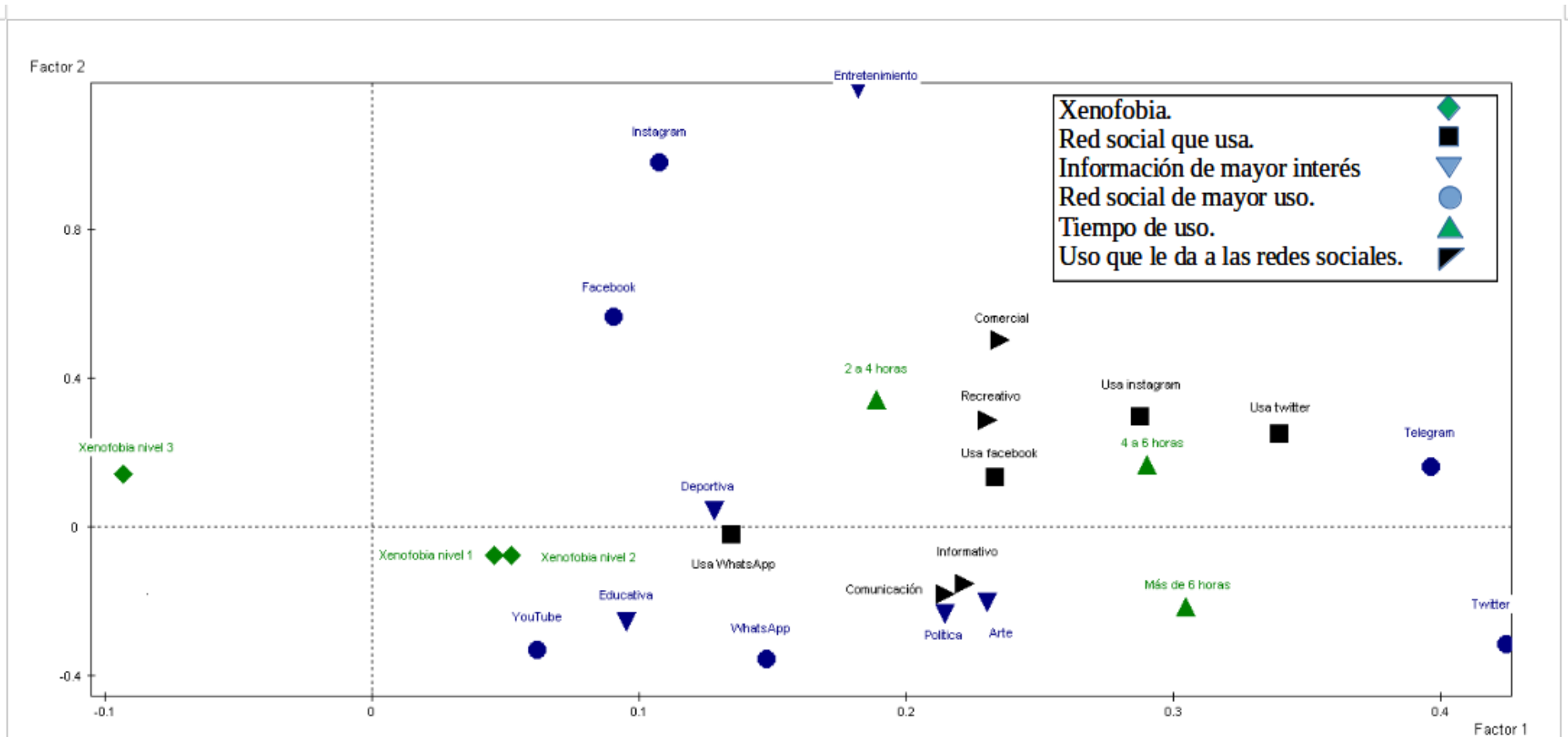
Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

54

Para identificar el grado de relación a partir de la prueba chi cuadrado se hace uso de las tablas de contingencia en las que se puede identificar que la probabilidad de usar las redes sociales para fines comunicativos o informativos (Tabla 3 y 4) dado que se es de tendencia política de izquierda es de 0.86 y la probabilidad de usar las redes sociales virtuales para fines comunicativos o informativos dado que se es de tendencia de derecha es de 0.76. Por lo tanto, independientemente de ser de tendencia política de derecha o izquierda los participantes usan sus redes sociales virtuales para fines informativos y comunicativos, y teniendo en cuenta que en los otros usos propuestos no se identificó cercanía en ACM también se concluye que no están relacionado, sin embargo para este estudio se debe tener en cuenta que la mayoría de la muestra del presente estudio esta ubicado en tendencia política de derecha.

Relación entre las variables niveles de xenofobia e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Figura 9. Análisis de correspondencia múltiple para las variables, niveles de xenofobia e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 5

prueba de independencia chi cuadrado para las variables niveles de xenofobia relacionada con la información de usabilidad en las redes sociales virtuales.

	Niveles de xenofobia.
Tiempo de uso en redes sociales virtuales	0,62
Red social virtual de mayor uso.	0,53
Información de mayor interés en redes sociales virtuales	0,67
Uso y no uso de WhatsApp en redes sociales virtuales	0,91
Uso y no uso de Facebook en redes sociales virtuales	0,56
Uso y no uso de Instagram en redes sociales virtuales	0,43
Uso y no uso de Twitter en redes sociales virtuales	0,42
Uso y no uso recreativo en redes sociales virtuales	0,96
Uso y no uso informativo en redes sociales virtuales	0,61
Uso y no uso comunicativo en redes sociales virtuales	0,61
Uso y no uso comercial en redes sociales virtuales	0,55

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos para dar cumplimiento al segundo objetivo específico que relaciona los niveles de xenofobia e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales. A partir de la gráfica de análisis de correspondencia múltiples (figura 9) se puede evidenciar en la nube de las modalidades que las categorías nivel de xenofobia 1 y 2 presentan relación con la red social de mayor uso *YouTube* e información de mayor interés educativa, debido al alto flujo de información que se transmite a través de la plataforma virtual *YouTube* y a la poca comunicación que se puede establecer a través de esta pues su fin es la transmisión de información por medio de videos que si bien pueden ser de cualquier temática, los niveles de xenofobia 1 y 2 se presentan en preferencias educativas.

Posteriormente se presenta la prueba de independencia chi cuadrado que permiten confirmar si en efecto las variables si presentan independencia (tabla 5), a través de esta se

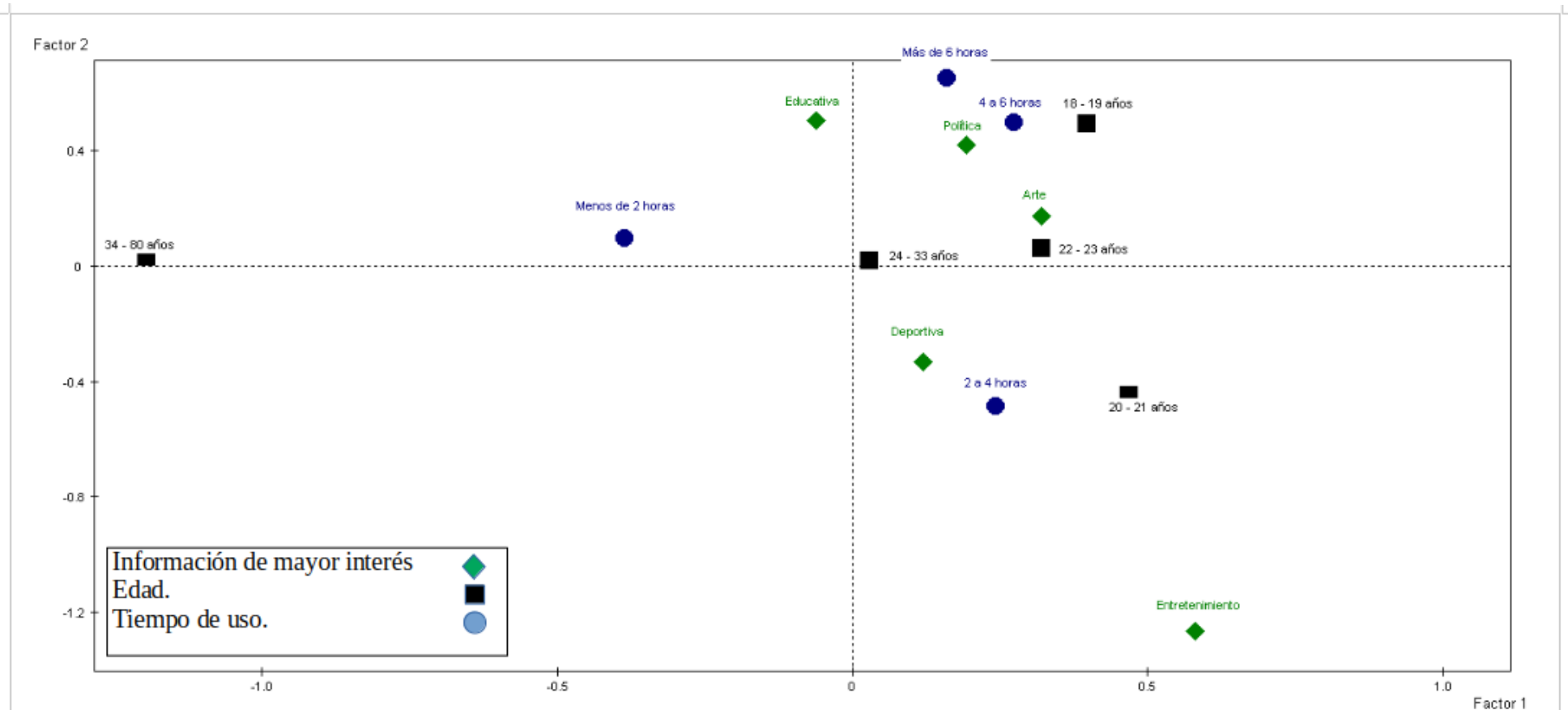
Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

57

concluye a un **90% de confianza que no se rechaza hipótesis nula** por lo tanto las variables asociadas a la información en redes sociales virtuales y los niveles de xenofobia son independientes. Si bien desde este análisis no se arrojaron resultados significativos no se debe desconocer la información brindada por el ACM que se encarga de la asociación entre modalidades mientras las pruebas chi cuadrado de independencia en categorías.

Relación entre las variables datos sociodemográficos e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Figura 10 Análisis de correspondencia múltiple para las variables edad e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 6

Prueba de independencia chi cuadrado para las variables edad e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

	Significancia.
Menos de 2 horas	<u>0,001</u>
2 a 4 horas	0,662
4 a 6 horas	0,632
Más de 6 horas	0,292

Nota. Las significancias que se presentan con **negrita**, *cursiva* y subrayado son aquellas en las que se rechaza hipótesis nula a un 99% de confianza.

A continuación, se presenta el análisis de los resultados para dar cumplimiento al objetivo específico en el que se relacionan los datos sociodemográficos y la información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales. A partir de la gráfica de análisis de correspondencia múltiples (figura 10) se puede evidenciar en la nube de las modalidades que las categorías de edad de 18 a 19 años se relacionan con información de mayor interés política y frecuencia en uso de 4 a 6 horas, por otro lado, se denota asociación en las modalidades edad de 20 a 21 años con información de mayor interés deportiva y frecuencia en uso de 2 a 4 horas.

Posteriormente se presenta la prueba de independencia chi cuadrado que permiten confirmar si en efecto las variables si presentan independencia (tabla 7), a través de esta se identifica que **a un 99% se rechaza la hipótesis nula solamente en la categoría tiempo de uso de 2 a 4 horas** por lo tanto las variables no son independientes.

Para identificar el grado de relación a partir de la prueba chi cuadrado se hace uso de las tablas de contingencia en las que se puede identificar los participantes entre edades de 19 a 18

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

60

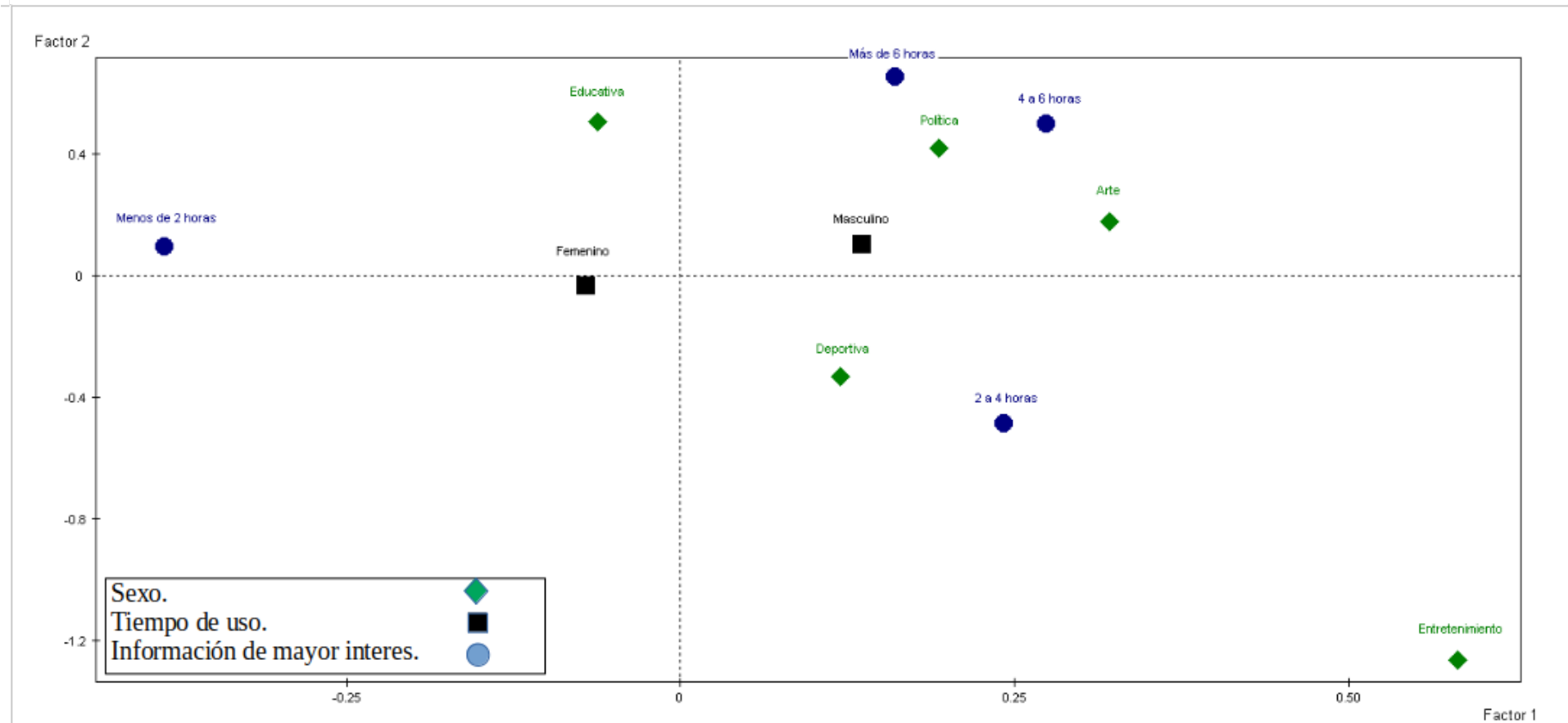
años prefieren información de tipo educativa, de 20 a 21 años presentan mayor interés en entretenimiento de 20 a 23 años educativa, de igual manera 24 a 33 y 34 a 80 prefieren información de tipo educativa, es decir que probablemente independientemente de la edad las personas presentan mayor interés en aspectos educativos, pues se debe tener en cuenta que los intervalos de edad de las 3 primeras categorías son muy cercanos, por lo tanto las diferencias significativas no podrían ser tan marcadas con 1 o 2 años de diferencia.

Tabla 7.

Tabla de contingencias para edad, tiempo de uso en redes sociales virtuales e información de mayor interés en redes sociales virtuales

2 a 4 horas.		Educativa	Política	Entretenimiento	Arte	Deportiva	Ninguna
19 a 18 años	Recuento	4	1	2	5	1	0
	% dentro de Edad	30,8%	7,7%	15,4%	38,5%	7,7%	0,0%
	Residuo	,6	-1,0	-1,2	2,6	-,5	-,6
20 a 21 años	Recuento	8	4	16	9	2	0
	% dentro de Edad	20,5%	10,3%	41,0%	23,1%	5,1%	0,0%
	Residuo	-2,3	-1,9	6,5	1,9	-2,4	-1,8
22 a 23 años	Recuento	7	3	7	6	5	0
	% dentro de Edad	25,0%	10,7%	25,0%	21,4%	17,9%	0,0%
	Residuo	-,4	-1,2	,2	,9	1,8	-1,3
24 a 33 años	Recuento	10	8	6	3	3	1
	% dentro de Edad	32,3%	25,8%	19,4%	9,7%	9,7%	3,2%
	Residuo	1,8	3,3	-1,5	-2,6	-,5	-,4
34 a 80 años	Recuento	6	4	1	1	4	5
	% dentro de Edad	28,6%	19,0%	4,8%	4,8%	19,0%	23,8%
	Residuo	,4	,8	-4,1	-2,8	1,6	4,0

Figura 11. Análisis de correspondencia múltiple para las variables sexo e información de la usabilidad de redes sociales virtuales.



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

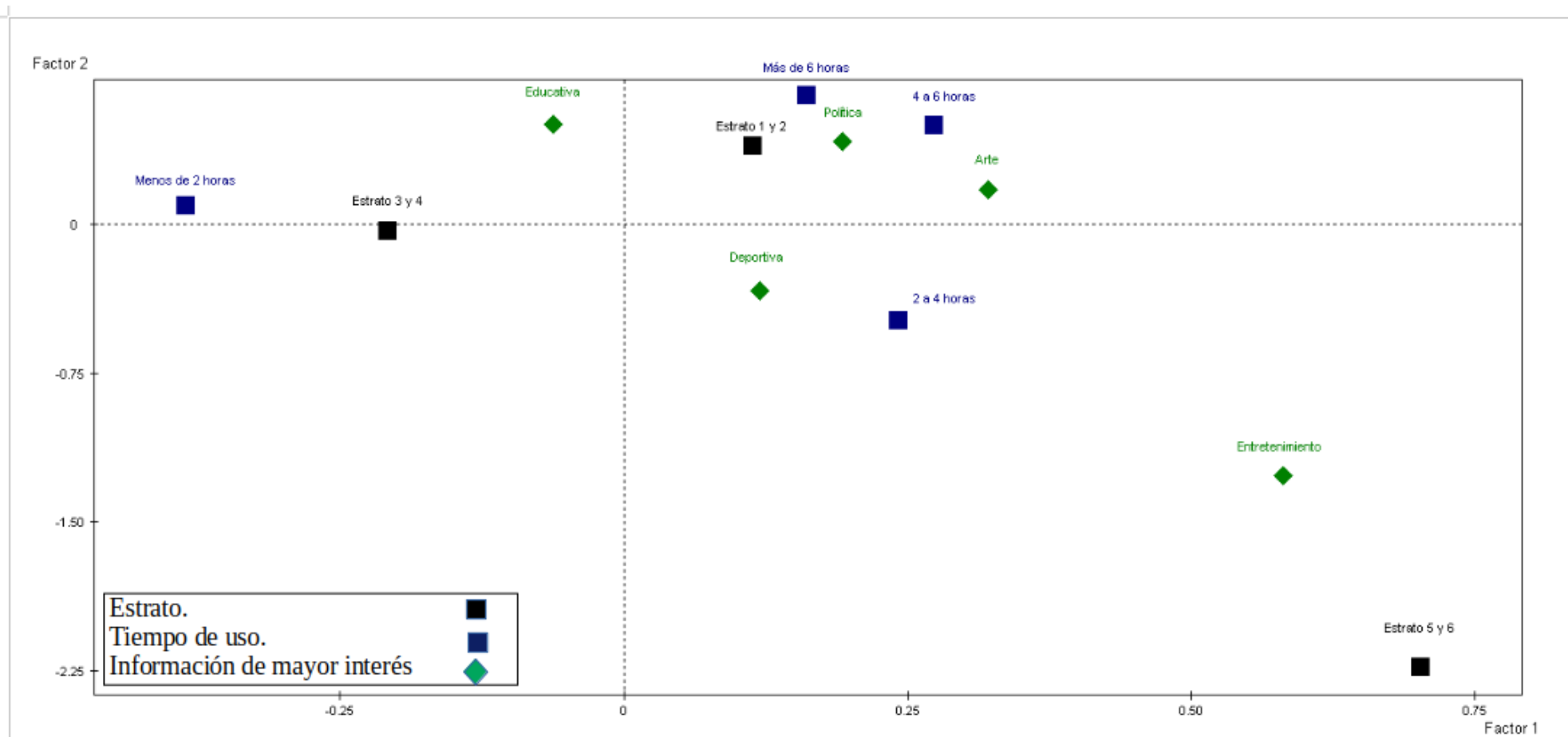
Tabla 8

Prueba de independencia chi cuadrado para las variables sexo e información de usabilidad en redes sociales virtuales

	Significancia.
Menos de 2 horas	0,151
2 a 4 horas	0,592
4 a 6 horas	0,299
Más de 6 horas	0,688

Frente al análisis de las relaciones entre las variables, sexo e información de usabilidad en redes sociales virtuales, en inicio se hace uso de un gráfico de análisis de correspondencia múltiple (figura 11), de este se puede identificar que las categoría sexo femenino presenta mayor cercanía hacia la inercia, por otro lado el grafico refleja que la categoría masculino evidencia mayor proximidad con la categoría información de mayor interés de tipo política, debido a esto se decide hacer uso de una prueba de independencia chi cuadrado (tabla 8) en la que concluye a **un 90% de confianza que no se rechaza hipótesis nula**, por lo tanto, las variables son independientes. Si bien desde las pruebas de independencia chi cuadrado no se identifica asociación se debe tener en cuenta la información visualizada a través del ACM.

Figura 12. Análisis de correspondencia múltiple para las variables estrato socioeconómico e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 9

Prueba de independencia chi cuadrado para las variables estrato estrato socioeconómico e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales

	Significancia.
Menos de 2 horas	0,290
2 a 4 horas	0,075
4 a 6 horas	0,392
Más de 6 horas	0,787

Nota. Las significancias que se presentan con **negrita** son aquellas en las que se rechaza hipótesis nula a un 90% de confianza.

Para el análisis de la relación entre las variables estrato socioeconómico, e información asociada a la usabilidad de redes sociales virtuales, en inicio se toma en cuenta un gráfico de análisis de correspondencia múltiple (figura 12), en esta se puede evidenciar que las categoría de la variable estrato socioeconómico que presenta mayor lejanía frente a la inercia es estrato 5 y 6 esto se puede deber a la disminuida muestra con la que se cuenta en esta categoría, por otro lado frente al estrato 1 y 2 expone mayor cercanía con uso de redes sociales virtuales de más de 6 horas y preferencia de información de tipo política, en cuánto al estrato 3 y 4 indica mayor cercanía con el tiempo de uso de redes sociales virtuales menor a 2 horas, para confirmar esto se realiza las pruebas de independencia chi cuadrado (tabla 9) , en la que se identificó **un 90% de confianza que se rechaza hipótesis nula de independencia en la categoría tiempo de uso de 2 a 4 horas**, para indagar acerca de esta asociación se hace uso de una tabla de contingencia (tabla 10) en el que se ve reflejado las categorías de la variable información de mayor interés en redes sociales virtuales , estrato socioeconómico y la categoría 2 a 4 horas en tiempo de uso, esta tabla indica que los

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

66

estratos 1 y 2 y los 3 y 4 presentan mayor interés en información de tipo educativa y los 5 y 6 prefieren información de entretenimiento , esto se puede deber a que en estratos bajos el acceso a la educación puede ser más limitada por lo tanto se opta por otros recursos que permitan este acceso y si bien en estratos 5 y 6 se evidencia mayor facilidad no hace parte de uno se sus intereses principales.

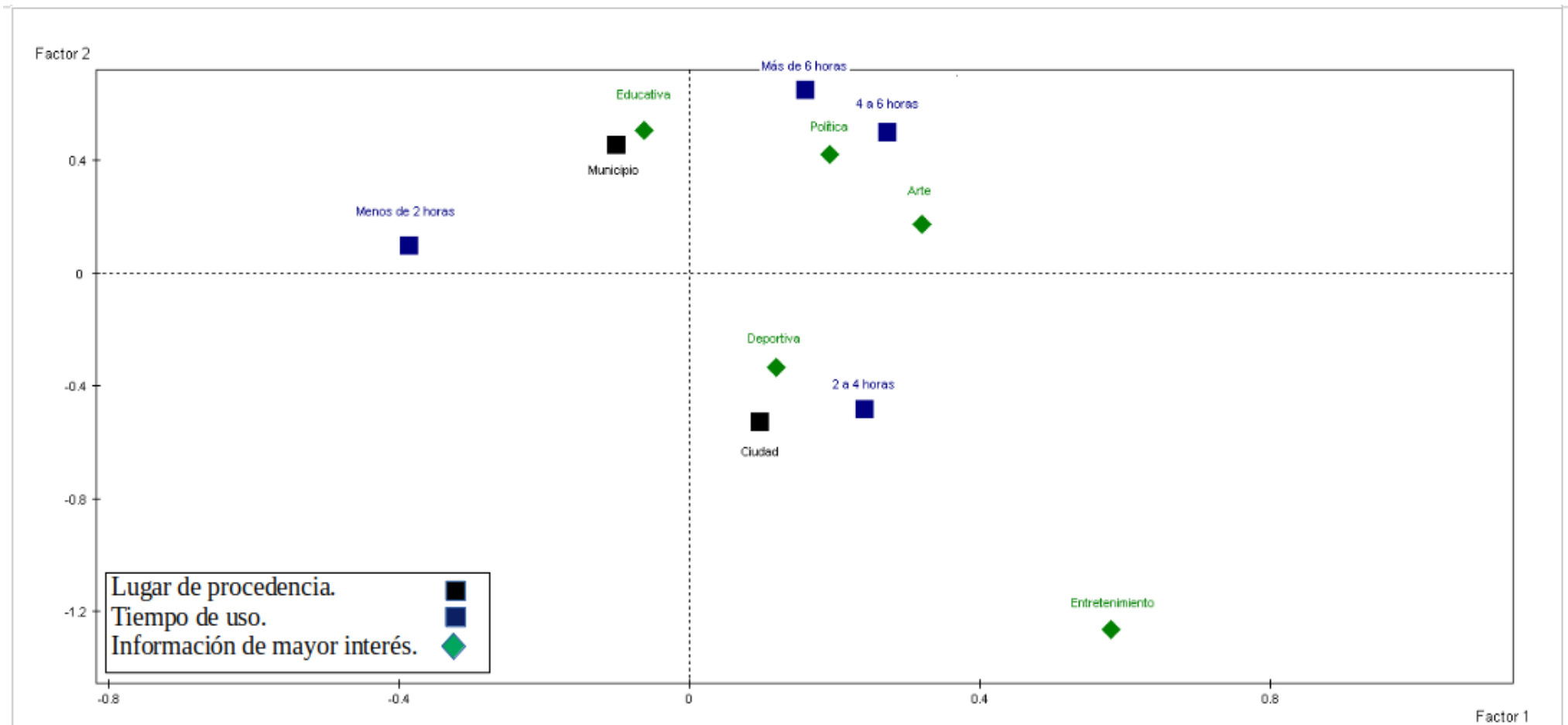
Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 10

Tabla de contingencia en la que se relacionan las variables estrato socioeconómico e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

2 a 4 horas.		Educativa	Política	Entretenimiento	Arte	Deportiva	Ninguna
Estrato 1 y 2	Recuento	16	6	12	11	7	1
	% dentro de Estrato	30,2%	11,3%	22,6%	20,8%	13,2%	1,9%
	Residuo	1,9	-2,0	-,8	1,4	1,0	-1,4
Estrato 3 y 4	Recuento	16	13	11	12	7	5
	% dentro de Estrato	25,0%	20,3%	17,2%	18,8%	10,9%	7,8%
	Residuo	-1,0	3,3	-4,5	,4	-,3	2,1
Estrato 5 y 6	Recuento	3	1	9	1	1	0
	% dentro de Estrato	20,0%	6,7%	60,0%	6,7%	6,7%	0,0%
	Residuo	-1,0	-1,3	5,4	-1,7	-,7	-,7

Figura 13. Análisis de correspondencia múltiple para las variables lugar de procedencia información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

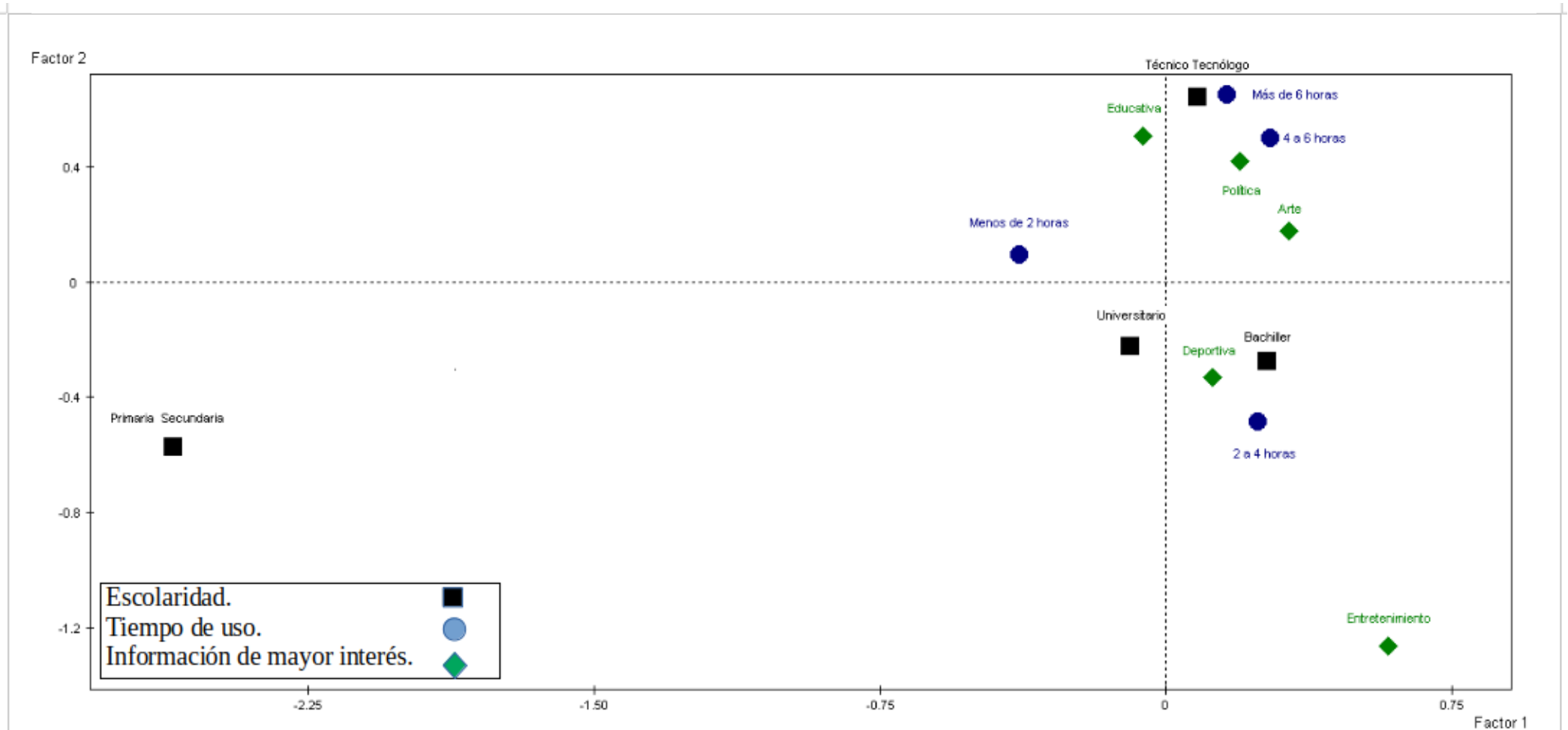
Tabla 11

prueba de independencia chi cuadrado para las variables lugar de procedencia e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales

	Significancia.
Menos de 2 horas	0,224
2 a 4 horas	0,835
4 a 6 horas	0,821
Más de 6 horas	0,735

Frente al análisis de las relaciones entre las variables, lugar de procedencia e información asociada a la usabilidad de redes sociales virtuales en inicio se hace uso de una gráfica de análisis de correspondencia múltiple (figura 13), de este se puede identificar que la categoría municipio presenta cercanía con tiempo de uso en redes sociales virtuales menor a 2 horas e información de mayor interés educativa, por otro lado en la categoría ciudad indica mayor proximidad con las categorías tiempo de uso de 2 a 4 horas información de mayor interés deportiva. Para confirmar estas asociaciones se hace uso de las pruebas de independencia chi cuadrado (tabla 10) en la que concluye a un **90% de confianza que no se rechaza hipótesis nula** por lo tanto las variables son independientes. Si bien desde este análisis no se arrojaron resultados significativos no se debe desconocer la información brindada por el ACM que se encarga de la asociación entre modalidades mientras las pruebas chi cuadrado de independencia en categorías.

Figura 14. Análisis de correspondencia múltiple para las variables escolaridad e información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.



Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Tabla 12

Prueba de independencia chi cuadrado para las variables escolaridad e información asociada a la usabilidad de redes sociales virtuales.

	<u>Significancia.</u>
Menos de 2 horas	0,740
2 a 4 horas	0,407
4 a 6 horas	0,741
Más de 6 horas	0,031

Nota. Las significancias que se presentan con negrita y cursiva son aquellas en las que se rechaza hipótesis nula a un 95% de confianza.

Para el análisis de la relación entre las variables nivel de escolaridad, información de mayor interés en redes sociales virtuales y tiempo de uso en redes sociales virtuales, en inicio se toma en cuenta un gráfico de análisis de correspondencia múltiple (figura 14), en esta se puede evidenciar que el nivel de escolaridad técnico o tecnólogo presenta mayor cercanía con las categorías tiempo de uso en redes sociales virtuales de más de 6 horas y información política como de mayor interés, probablemente debido a que en este nivel ya se tuvo cierto acercamiento a educación de tipo superior se adopte una postura un poco más reflexiva y crítica entorno a las dinámicas inmersas en el país como es el aspecto político, frente al nivel de escolaridad bachiller, indica mayor proximidad con las categorías tiempo de uso en redes sociales virtuales de 2 a 4 horas e información deportiva, como hipótesis se plantea que en esta etapa donde como mayor interés, para confirmar estas asociaciones se realiza las pruebas de independencia chi cuadrado (tabla 11), en la que se identificó un 95% de confianza que se rechaza hipótesis nula de independencia en la categoría tiempo de uso de más de 6 horas, para indagar acerca de esta independencia se hace uso de una tabla de

Tabla 13

Tabla de contingencias en la que se relacionan las variables escolaridad, tiempo de uso en redes sociales virtuales e información de mayor interés en redes sociales virtuales.

Más de 6 horas		Educativa	Política	Entretenimiento	Arte	Deportiva	Ninguna
Primaria y secundaria	Recuento	0	0	0	0	1	0
	Recuento esperado	,2	,3	,1	,2	,1	,1
	% dentro de Escolaridad	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
	Residuo	-,2	-,3	-,1	-,2	,9	-,1
Bachiller	Recuento	2	5	0	2	2	1
	Recuento esperado	2,6	3,8	1,1	2,3	1,1	1,1
	% dentro de Escolaridad	16,7%	41,7%	0,0%	16,7%	16,7%	8,3%
	Residuo	-,6	1,3	-1,1	-,3	,9	-,1
Técnico y tecnólogo	Recuento	5	2	3	3	0	0
	Recuento esperado	2,8	4,1	1,2	2,4	1,2	1,2
	% dentro de Escolaridad	38,5%	15,4%	23,1%	23,1%	0,0%	0,0%
	Residuo	2,2	-2,1	1,8	,6	-1,2	-1,2
Universitario	Recuento	0	3	0	1	0	2
	Recuento esperado	1,3	1,9	,6	1,1	,6	,6
	% dentro de Escolaridad	0,0%	50,0%	0,0%	16,7%	0,0%	33,3%
	Residuo	-1,3	1,1	-,6	-,1	-,6	1,4

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

73

contingencia (tabla 12) esta tabla indica que, aunque se identifican probabilidades mayores entre algunas categorías y otras, no se puede concluir asociaciones debido al tamaño muestral que se presenta en la gráfica.

Reuniendo los resultados analizados en la investigación se puede describir que, aunque no se evidencio mayor asociación en las tres variables principales de este estudio y en algunas de las modalidades por medio de las tablas de contingencia y las pruebas chi cuadrado, se observó mayor cercanía en algunas de las categorías expuestas a través del ACM. Como en el caso de uso de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* con el tiempo de uso de 4 a 6 horas. Así mismo en los niveles de xenofobia 1 y 2 con red social de mayor uso *YouTube* e información de mayor interés educativa. También con la información asociada en los datos sociodemográficos se evidencia proximidad en las modalidades de edad de 18 a 19 años junto con información de mayor interés política y frecuencia de uso de 2 a 4 horas. Siguiendo esta línea los estratos socioeconómicos 1y 2, 3 y 4 se asocian con información de mayor interés de tipo política. Dichas relaciones se identifican como las más significativas en el estudio, que igualmente serán abordadas a mayor profundidad en el siguiente apartado referente a las discusiones y en las conclusiones.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

10. Discusión de resultados.

Comprendiendo el ciberespacio como un escenario constructor de realidad, Domínguez et al., (2016) plantea que las redes sociales virtuales se tornan indispensables para los individuos, en su desarrollo laboral, académico y afectivo. Este se ha convertido en parte fundamental en la vida cotidiana de las personas, dado que propicia espacios de interacción en donde las relaciones cobran sentidos complejos y amplios. Siendo determinados por los aspectos que le permiten identificarse y desenvolverse en el entorno, la virtualidad se ve enmarcada en la actualidad no sólo desde los usos comunicativos (Shiau et al., 2018), sino desde usos comerciales, informativos, recreativos o por creación de contenido. Facilitando la interacción en las nuevas comunidades que emergen en el medio digital y donde la psicología toma parte en la necesidad de comprender las dinámicas y significados que se ven inmersos en él a un clic de distancia.

Las redes sociales virtuales han sido objeto de estudio en los últimos años, dado su impacto en el espacio digital y en el entorno cotidiano de las personas, donde se relacionan con la percepción que adoptan los usuarios frente a fenómenos sociales, políticos, económicos o religiosos. Lo anterior es posible evidenciarlo en la investigación realizada por Bork-h & Yeoh (2017) en la que se concluyó que en los ciudadanos se había generado división hacia la población migrante y que ello se desarrollaba en el espacio digital. No obstante, nuestra investigación evidencia que las redes sociales virtuales no presentan relación frente a los niveles de xenofobia que se determinaron.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

75

Igualmente, en la investigación expuesta por la Acnur (2019) que evidenció en las redes sociales virtuales mensajes de odio hacia los inmigrantes y Mcnamee (2019) que manifestó que las redes sociales virtuales podrían generar una percepción de rechazo debido a la desinformación, se diferencian de los resultados encontrados en el presente estudio, pues se identificó que no hay una asociación entre la xenofobia y la información de uso de las redes sociales. Donde para fines de la exploración se identificó por medio de las categorías de tiempo de uso, cuáles son las redes sociales que utiliza, cuál es la que usa con mayor frecuencia, la información de mayor interés y las preferencias en usabilidad.

Siendo de esta forma un resultado poco asociado a lo que manifiestan los autores se considera una exploración importante, que no se había tenido en cuenta en investigaciones anteriores. Los resultados de la investigación generan nuevas hipótesis entre ellas, que el nivel de xenofobia se deba quizás a una asociación a factores individuales y basados en la experiencia propia, en los cuales se comprende una actitud positiva o negativa referente a la población migrante y no tanto a lo que se comparte o se diga en comunidades virtuales. A su vez es posible suponer que la polarización tampoco es de incidencia en la transmisión de la información, dado que no se encontró asociación con alguna red social y las actitudes xenófobas. A raíz de ello, se sugiere a futuras investigaciones, abarcar esos procesos subjetivos e individuales que pueden estar enmarcados alrededor del discurso que se observa en las interacciones de las redes sociales virtuales, ya sea desde estudios cualitativos o mixtos.

Frente al fenómeno de interés para el presente estudio, es decir la xenofobia, se identificaron autores que lo asocian con la tendencia política, entre ellos Esquivel (2016)

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

76

quién manifestó que las agrupaciones políticas de derecha presentaban características marcadas frente a niveles altos de xenofobia y Akande et al. (2018) quien afirma que la extrema derecha comenzó a adoptar discursos xenófobos. Para lo que nuestros resultados sugieren que no existe una asociación con los niveles de xenofobia, tanto para la tendencia política de izquierda como para la de derecha, es decir que no hay relación entre ser de izquierda o de derecha y ser xenofóbico. Lo que se debe probablemente a que los participantes no se enmarcan entre una postura positiva o negativa, aun cuando los controles migratorios sean de interés, existen aspectos morales o individuales que hacen que no se sitúen de esa forma. Es un resultado que dialoga más con lo presentado por Kitayama (2018) quien afirma que la actitud xenofóbica no se debe asociar específicamente a la tendencia política de derecha, sino que se debe tener en cuenta igualmente a la izquierda pues también manifiesta insatisfacción frente a políticas y controles migratorios.

Adicionalmente según lo que Monereo & Pozo (2011) describen como identidad, sí la ideología política de preferencia mantiene actitudes xenófobas, los miembros de dicho grupo también las tendrían. Igualmente, según lo que propone Baró (1983) dicha identificación en un grupo como ser de izquierda o derecha determinaría la actitud hacia la xenofobia, formando así estereotipos sociales y polarización. De lo que es posible mencionar que dichos planteamientos teóricos no se ven aplicados a los resultados encontrados, pues tanto la derecha como la izquierda tendrían la misma posibilidad de presentar una actitud xenófoba. Lo que podría estar relacionado con otros factores que no son abordados desde el alcance exploratorio de la investigación, por lo que se sugiere realizar dicho análisis en estudios posteriores, donde se tome en cuenta grupos de igual magnitud para la tendencia política.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

77

11. Conclusiones.

Dando respuesta a la pregunta de investigación en donde se expone el interés que surge por explorar si el uso que se le da a las diferentes redes sociales virtuales está relacionado con efectos de polarización en la posición política y con la actitud xenofóbica presentada en sus usuarios. Se determina para el alcance de la investigación utilizar como método de análisis el ACM que permite observar la proximidad entre las categorías por medio de gráficos, las pruebas chi cuadrado para comprobar las posibles asociaciones que surjan y las tablas de contingencia que dan sustento a esas posibles relaciones encontradas, determinando qué tan homogéneos son los grupos escogidos desde un análisis estadístico. Igualmente a través de las investigaciones referidas para brindar sustento al presente trabajo se evidenció poco uso de técnicas multivariadas que permitan conocer un perfilamiento en general, dado que en su mayoría se utilizaron relaciones de dos variables.

De esta forma según los resultados obtenidos se concluye que la frecuencia, redes sociales que utiliza, red social de mayor uso, información de mayor interés, finalidad en el uso de redes sociales virtuales y la tendencia política no se relacionan entre sí, aunque se identifica mayor cercanía con el uso de redes sociales para fines comunicativos e informativos y se evidencia que son dependientes a la tendencia política, igualmente se encuentra una mayor probabilidad de ser de tendencia política de derecha.

Referente a la frecuencia, redes sociales que utiliza, red social de mayor uso, información de mayor interés, finalidad en el uso de redes sociales virtuales y las actitudes xenófobas se encontró que no hay asociación, aunque se evidencia mayor proximidad entre los niveles de xenofobia 1 y los niveles de xenofobia 2 con la información en redes sociales virtuales.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

78

Frente a la relación entre edad, información de mayor interés en redes sociales virtuales y el tiempo de uso se concluyó que se identifica cercanía entre las categorías de edad de 18 a 19 años y 20 a 21 años con la información de mayor interés en arte y política, en la prueba de independencia chi cuadrado se evidencia relación con el tiempo de uso de 2 a 4 horas y en las tablas de contingencia se observa que a pesar de evidenciar algunas probabilidades altas como preferir información de arte dado que se usan las redes sociales por un tiempo de 2 a 4 horas en edades entre 18 a 19 y la probabilidad de preferir la información de entretenimiento dado que se usan las redes sociales de 2 a 4 horas en edades entre 20 a 21, no se encuentran por encima de 0.50 y los valores de los residuales son muy bajos, por lo que se le atribuye a la poca homogeneidad en la muestra.

Respecto a la variable sexo se puede identificar que la categoría masculino evidencia mayor proximidad con la información de mayor interés de tipo política, aunque la prueba chi cuadrado muestra que no se establecen asociaciones. Referente al estrato socioeconómico se puede evidenciar frente al estrato 1 y 2 mayor cercanía con el uso de redes sociales virtuales de más de 6 horas y preferencia de información de tipo política. En cuanto al estrato 3 y 4 mayor cercanía con el tiempo de uso de redes sociales virtuales menor a 2 horas. Mediante la prueba chi cuadrado se encuentra dependencia entre las categorías, aunque en las tablas de contingencia no es posible afirmar asociaciones.

Frente al lugar de procedencia se puede identificar que la categoría municipio presenta cercanía con el tiempo de uso menor a 2 horas y la información de mayor interés de tipo educativa e igualmente la categoría ciudad con el tiempo de uso de 2 a 4 horas y la información deportiva. Pero al aplicar la prueba chi cuadrado se encuentra que no existen

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

79

asociaciones. En cuanto a la escolaridad se puede evidenciar que el técnico o tecnólogo presenta mayor cercanía con el tiempo de uso en redes sociales de más de 6 horas y la información política de mayor interés, el bachiller mayor proximidad con el tiempo de uso de 2 a 4 horas y la información deportiva de mayor interés. De esta forma la prueba chi identifica que si hay asociación en el tiempo de uso de más de 6 horas, pero según las tablas de contingencia no es posible determinar que existen relaciones debido al tamaño muestral.

De esta forma para explorar las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política y uso de redes sociales virtuales, se encuentra que hay proximidad entre los factores de uso de Instagram, uso de twitter, uso de facebook y el tiempo de uso de las redes sociales de 4 a 6 horas. De igual forma entre la información de mayor interés de tipo entretenimiento y la red social instagram como la de mayor uso. Es posible identificar igualmente cercanía entre la red social de mayor uso instagram y la información de mayor interés de tipo entretenimiento, así mismo como la información de mayor interés de tipo recreativa y el tiempo de uso de las redes sociales entre 2 y 4 horas. Como se puede observar las modalidades de tendencia política y xenofobia no presentan asociaciones ni proximidades con las demás categorías.

Por último, al relacionar el compendio de todas las categorías previstas para dar respuesta al objetivo del presente estudio, se identificó que no se presenta asociación entre ellas. Sin embargo, algunas modalidades evidencian mayor proximidad, como en el caso de redes sociales virtuales donde se encontró mayor cercanía en el uso de Facebook, Instagram, y Twitter con el tiempo de usabilidad en redes de 4 a 6 horas, igualmente se evidencia en la información de mayor interés de tipo entretenimiento con la red social de mayor uso Instagram y también entre la información de mayor interés de tipo recreativa con el tiempo de

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

80

uso de 2 a 4 horas. Frente al análisis anterior es preciso aclarar que las categorías de tendencia política y de xenofobia se encontraban justo en el punto central del gráfico, lo que permite describir que aunque se establece proximidad entre ellas y las de redes sociales virtuales, se debe tener en cuenta que al mantener distancias cortas no es posible determinar relación.

De tal forma se logra evidenciar en el desarrollo de la investigación que los fenómenos sociales como la xenofobia se ven enmarcados por diferentes aspectos que componen al individuo, más allá de la simple interacción en redes sociales. Los factores dinamizadores socialmente como la política o las redes sociales no se relacionan con el surgimiento de esas actitudes o no tienen un protagonismo significativo como lo planteamos en la hipótesis. Se considera de esta forma que aun siendo de gran influencia los medios de comunicación, el ser humano desarrolla sus opiniones basado en todo lo que incluye su experiencia de vida y por tanto no se puede seleccionar un solo aspecto, pues dichos aprendizajes se configuran de forma holística y no siempre de la misma manera para todos.

Al concluir este estudio e identificar que en la muestra actual no se encontró mayor relación entre las variables, no se pretende tomar una postura determinista al respecto. Sino por el contrario sugerir hacía próximos estudios el abordar estos tópicos, teniendo presente que la xenofobia es una realidad en Colombia y que no se ve identificada en su totalidad en el ciberespacio, a través de comentarios, publicaciones o fake news, sino en el actuar cotidiano de las personas.

Finalmente, más allá de establecer si este fenómeno se presenta a partir de diferentes características, se propende comprender y reflexionar frente a todas las dinámicas e

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

81

interacciones que se ven relacionadas. Es decir, no solo desde aquellos prejuicios y estereotipos que enmarcan y señalan a un grupo de personas, sino comprender cómo este proceso migratorio también implica un desajuste para el migrante, como lo es alejarse de su familia, cruzar la frontera y llegar a un país que por sus características sociales económicas y políticas no puede garantizar su estabilidad. Todo esto implica un proceso de adaptación frente a ¿cómo enfrentar esta nueva realidad?, ¿a quién acudir?, ¿cómo subsistir? y sobre llevar aquellos estigmas que tiene la sociedad hacia su “generalizada conducta”, siendo desde estas premisas que nace el interés frente a este estudio.

En cuanto a las limitaciones presentadas en esta investigación se debe tener en cuenta los instrumentos con los que se recabo la información, como lo fue el compás político y el CAXA. Siendo el primero un instrumento cuyo uso es recomendado para personas pertenecientes a países occidentales, de los cuales Colombia forma parte de ellos, es importante tener en cuenta que la ideología política viene enmarcada desde factores económicos, sociales, religiosos entre otros, los cuales pueden ser diferentes para cada país. Por lo que se recomienda para próximos estudios hacer uso de instrumentos que tomen en cuenta las características ideológicas que emergen en Colombia y teniendo presente que no hay disponibilidad actualmente de ello, es importante realizar adaptaciones o pruebas con este objetivo.

Orientado a lo anterior cabe mencionar que la tendencia política en Colombia se ve afectada por dinámicas culturales que son cambiantes en el tiempo, y parecen ser más dinámicas debido a la pluralidad de partidos e ideologías que han emergido, esto observado en las acciones cotidianas de las personas en donde la orientación de derecha o izquierda va dirigida

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

82

a la conveniencia. Así mismo existe un desconocimiento en la población del porqué se toma esa identidad, sin conocer en su totalidad los supuestos o ideologías que representan las posturas políticas las personas escogen un grupo de referencia. Por lo tanto, los colombianos al ser sus opiniones tan fluctuantes resulta complejo ubicarlos en alguna tendencia, e incluso, se puede suponer que por ello no existe un test elaborado en el país para medir dicho fenómeno y que tenga presente todas las diferencias contextuales que se desarrollan socialmente.

Con relación al instrumento CAXA cuenta con la descripción del análisis psicométrico, y ha presentado diferentes ajustes que han aumentado las puntuaciones de validez y confiabilidad, aún se encuentra en proceso de pilotaje de su segunda versión y es por esto que se decide realizar el análisis con los baremos de este instrumento adaptados a los resultados propiamente de este estudio adelantado por estudiantes de la Universidad de Cundinamarca. Adicionalmente frente a la información sociodemográfica que se recolectó por medio del cuestionario, se sugiere para próximos estudios tener presente mayor representatividad en los grupos de la muestra, como en los participantes mayores de 40 años y en niveles de escolaridad de primaria y secundaria, con el fin de contar con homogeneidad en los datos que se obtengan y de esta forma disminuir la baja representatividad en los resultados.

En el desarrollo del análisis de los datos también se encontraron limitaciones, como que al ser las tablas de contingencia bidimensionales que analizan la relaciones entre variables y por lo contrario la nube de puntos del ACM asocia modalidades, no se puede tomar como punto de referencia para concluir relaciones, ya que cada uno analiza estas asociaciones desde diferentes métodos. Así mismo en algunos casos en la tabla de contingencia no se alcanzaba a

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

83

superar el 5% de la totalidad en la frecuencia conjunta, por lo que su representatividad era poca para observar una asociación.

Tomando en cuenta lo descrito con anterioridad es pertinente mencionar que las teorías e investigaciones utilizadas de referencia que describen el fenómeno de interés, no se aplican en su totalidad para el contexto colombiano. Por lo que encontrar una similitud entre ello es complejo, debido a las dinámicas culturales que diferencian los contextos de aplicación. De esta forma se hizo uso de los hallazgos encontrados globalmente y de lo que es posible dar cuenta que la investigación social y en general no es apoyada en principio por el país. Así mismo se puede describir que dichas teorías se quedan cortas al momento de explicar los comportamientos de la población colombiana, que a su vez es muy diversa y fluctuante. Se sugiere de esta forma generar escenarios educativos que favorezcan el desarrollo investigativo, pues es a partir de ello que se pueden entender los conflictos propios que hacen parte de Colombia.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

84

12. Referencias bibliográficas.

Acosta, Y. (2015). La identidad nacional e identidad política. ¿Quiénes somos 40 años

después? *Cuadernos del CENDES*. 32 (88). Recuperado de.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=403/40341007009>.

Agencia de la ONU para los refugiados. (mayo de 2019). Somos panas Colombia.

Recuperado de

[https://acnur.org/5d277bca4#_ga=2.21742971.1389410527.1575913889-](https://acnur.org/5d277bca4#_ga=2.21742971.1389410527.1575913889-492628851.1575913889)

[492628851.1575913889](https://acnur.org/5d277bca4#_ga=2.21742971.1389410527.1575913889-492628851.1575913889)

Akande, O. D., Musarurwa, H., & Kaye, S. (2018). Students' Attitudes and Perceptions on

Xenophobia: A Study of a University in Durban. *Journal of Student Affairs in Africa*,

6(2), 1-17. doi:10.24085/jsaa.v6i2.3307

Alerta por xenofobia en contra de los venezolanos en Colombia. (06 de febrero, 2018).

Revista Semana. Recuperado de [https://www.semana.com/nacion/articulo/xenofobia-](https://www.semana.com/nacion/articulo/xenofobia-en-colombia-contra-los-venezolanos/569808)

[en-colombia-contra-los-venezolanos/569808](https://www.semana.com/nacion/articulo/xenofobia-en-colombia-contra-los-venezolanos/569808)

Aron, A., & Aron, E.N. (2001). Estadística para psicología. Argentina: Pearson

Education S.A.

Baró, I. (1983). Polarización social en el salvador. *Estudios Centroamericanos, ECA*,

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

85

38(412), 129-142. Recuperado de <http://www.uca.edu.sv/coleccion-digital-IMB/wp-content/uploads/2015/12/1983-Polarizaci%C3%B3n-social-en-El-Salvador.pdf>

Bekasi-Jawa. (2017). The Effort of Education Management in Conducting Deradicalization of Boarding School (Study in the Village of Tenggulun Subdistrict Solokuro Lamongan East Java Province). *Journal of Education and Practice*, 8(8), 159-165. Recuperado de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1139149.pdf>

Bertaut, M.B., & Marsal, J.V. (s.f). Manual de introducción a los métodos factoriales y clasificación con SPAD. Servei d'Estadística Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de <http://sct.uab.cat/estadistica/sites/sct.uab.cat.estadistica/files/manualSPAD.pdf>

Bork-Hüffer, T., & Yeoh, B. (2017). The geographies of difference in conflating digital and offline spaces of encounter: Migrant professionals' throwntogetherness in Singapore. *Geoforum*, 86, 93-102. doi: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.09.002>

Boutyline, A., & Willer, R. (2016). The Social Structure of Political Echo Chambers: Variation in Ideological Homophily in Online Networks. *Political Psychology*, 38(3), 551–569. doi:10.1111/pops.12337.

Bouza, F. (2002). Glosario para una Sociedad Intercultural. Valencia. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-11-05-xeno3.pdf>

Canto, J & Moral, F. (2005). El sí mismo desde la teoría de la identidad social. *Universidad*

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

86

de Málaga, 7, 59-70. Recuperado de

https://www.academia.edu/1507415/EL_SI_MISMO_DESDE_LA_TEOR%C3%8DA_DE_LA_IDENTIDAD_SOCIAL

Campos, A. (1985). *Introducción a la psicología social*. San José. Editorial OUC.

Cárdenas, E. Polarización y conflicto social (2011). *Revista de Economía Institucional*,

Universidad Externado de Colombia Bogotá, 13(24), 253-270. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41921223008>

Catalán, M., & Jarillo, E.C. (2010). Paradigmas de investigación aplicados al estudio de la

percepción pública de la contaminación del aire. *México, D.F: Universidad autónoma metropolitana*, 26(2), 165-178. Recuperado de

<http://www.scielo.org.mx/pdf/rica/v26n2/v26n2a7.pdf>

Convención Internacional sobre la eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial.

(1965). Organización de las naciones unidas. Recuperado de

https://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/cerd_SP.pdf

Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (abril, 2012). La discriminación y el

derecho a la no discriminación. Recuperado de

http://familiasysexualidades.inmujeres.gob.mx/pdf/2_Cartilla_Discriminacion.pdf

Congreso de Colombia. (2006). *Reglamento del ejercicio de la profesión de Psicología*, se

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

87

dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones. Colombia

Dempsey, K. E., & McDowell, S. (2018). Disaster depictions and geopolitical representations

in Europe's migration "Crisis." *Geoforum*, 98, 153-160. doi:

10.1016/j.geoforum.2018.11.008

Diez, J. (2009). Construcción de un índice de xenofobia – racismo. *Revista del Ministerio de*

Trabajo e Inmigración. 80. Recuperado de

http://www.mitramiss.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/80/est01.pdf

Domínguez, F., & López, Rocío & Ortega, J. (2016). "Hagan un grupo de Facebook para esta

clase". ¿De qué hablamos cuando hablamos de redes sociales? *Revista*

Interamericana de Educación de Adultos, 38(2), 116-126. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/304571339_Hagan_un_grupo_de_Facebook_para_esta_clase_De_que_hablamos_cuando_hablamos_de_redes_sociales

Doob, L. (1947). The behavior of attitudes. *Psychological Review*. 54, 135 – 156.

Esquivel, Y. (2016). El discurso del odio en la jurisprudencia del Tribunal

Europeo de Derechos Humanos. *Cuestiones Constitucionales Revista Mexicana de*

Derecho Constitucional, 1(35). doi:10.22201/ijj.24484881e.2016.35.10491

Garris, J. (septiembre, 2015). Geopolítica de las migraciones; una aproximación a sus

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

88

consecuencias: Frontex. *Instituto español de estudios estratégicos*. Recuperado de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2015/DIEEEO102-2015_Geopolitica_Migraciones_JorgeGarris.pdf

Gómez, J. C. (2014). Uso de redes sociales virtuales en jóvenes

universitarios (Tesis de maestría). Universidad de Veracruzana. Recuperado de https://www.uv.mx/mev/files/2014/10/Proyecto_castillos_sep2014.pdf

González, R. (25 de marzo de 2018). Los candidatos presidenciales y la disputa por el centro. *El espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/elecciones-2018/noticias/politica/los-candidatos-presidenciales-y-la-disputa-por-el-centro-articulo-746481>

Hatibovic, F., Bobowik, M., Faúndez, X., & Sandoval, J. (2017). Xenofobia y homofobia como efectos de la orientación política, religión y sexo mediados por clasismo y patriocentrismo en jóvenes universitarios chilenos. *Revista Colombiana de Psicología*, 26(1), 131-148. doi:10.15446/rcp.v26n1.55687

Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*.

México. D.F: McGraw-Hill education.

Herranz, G., & Fernández, J. (2017). Comparación de dos índices de medición de la

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

89

xenofobia en Andalucía. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 160, 139-150. doi:10.5477/cis/reis.160.139

Hopp, T., & Vargo, C. J. (2017). Does negative campaign advertising stimulate uncivil communication on social media? Measuring audience response using big data. *Computers in Human Behavior*, 68, 368–377. doi: 10.1016/j.chb.2016.11.034

Ibañez, T. (2004). Introducción a la psicología social. Cataluña. Editorial OUC.

Inche, J., Andia, Y., Huamanchumo, H., Lopez, M Vizcarra, J & Flores, G. (2003).

Paradigma cuantitativo un enfoque empírico analítico. *Industrial Data*. 6(1), 23 – 37.

Kitayama, Y. (2018) ‘The rise of the far right in Japan, and challenges posed for education’.

London Review of Education, 16(2): 250–267. doi:

<https://doi.org/10.18546/LRE.16.2.06>

Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J. & Tucker, J. A.

(2018). How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks. *Political Psychology*, 39, 85-118. doi:10.1111/pops.12478.

Lozano, G. (2015). Historia de los partidos políticos en Colombia. *Universidad Santo Tomás*.

10 (1).

Mcnamee, R. (17 de enero 2019). I Mentored Mark Zuckerberg. I Loved Facebook.

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

90

But I Can't Stay Silent About What's Happening. *New York Time*. Recuperado de

<https://time.com/5505441/mark-zuckerberg-mentor-facebook-downfall/>

Ministerio de relaciones interiores. 2017. Resolución 5797 por el cual se crea un permiso especial de permanencia. Colombia.

Mogewku, M. (2005). African Union: Xenophobia as poor intercultural communication.

Ecquid Novi: African Journalism Studies. 26 (1), 5 – 20.

doi:10.1080/02560054.2005.9653315

Monereo, C & Pozo, J. (2011). La identidad en psicología de la educación. Editorial Narsea S.A

Myers, D. G. (2010). *Social Psychology*. Holland, Michigan: McGraw-Hill education.

Namakforoosh, M. N. (2010). Metodología de la investigación. Segunda edición. México, D.F: Limusa.

Narváez, R., Diaz, B., Chia, C., Osorio, E., & Salinas, E. (2019). Cuestionario de

Análisis Xenofóbico para Adultos. Facatativá: Universidad de Cundinamarca.

Nuria, C. d. K. (s.f). *Constructos psicológicos y variables*. Universidad del Salvador. 1-12.

Recuperado de <https://racimo.usal.edu.ar/4566/1/1232-4381-1-PB.pdf>

Ojo con la xenofobia. (30 de noviembre 2019). Revista Semana. Recuperado de

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

91

<https://www.semana.com/nacion/articulo/xenofobia-en-contra-de-los-venezolanos-esta-disparada-en-colombia/642695>

Ovejero, A. (2015). Psicología social e identidad: dificultades para un análisis psicosociológico. *Revista internacional de investigación de identidad colectiva*, 2, 1-17. doi:10.1387/pceic.14314.

Páez, D. & Ayasterán, S. (1998). Los desarrollos de la psicología social en España. Editorial fundación infancia y aprendizaje. España

Pardo, N. (1999). Análisis crítico del discurso: un acercamiento a las representaciones sociales. *Revista Unal*. 2. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/formayfuncion/article/view/17162/18010>

Parra, J.E. (1996). Modelo de análisis de correspondencias múltiples. *Revista de Ciencias Sociales*, 2(2), 183-196. Recuperado de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/24801>

Pérez, H.E. (2008). Estadística para las ciencias sociales. Mexico: Cengage Learning Editores, S.A.

Petrick, A. (2010). Core Concept “Political Compass”. *Social Science Education*. 9 (4), 45 – 62.

Prada, S. (junio 2019). Tienen la palabra. *Revista Semana*. Recuperado de

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

92

<https://migravenezuela.com/web/articulo/encuesta-informacion-de-los-migrantes-venezolanos-en-colombia/986>

Ramos, R. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Psicol.* 23 (1), 9-11.

Rondón, E.J. (2017). Conocimiento Científico en la Investigación

Postpositivista del Siglo XXI: De lo Externo a lo Interno del Ser. Mérida, Venezuela: Revista Scientific, 3(8), 79-99. doi: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.8.4.79-99>

Sampieri, H., Collado, F. & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Shiau, W.-L., Dwivedi, Y. K., & Lai, H.-H. (2018). *Examining the core knowledge on facebook. International Journal of Information Management*, 43, 52–63. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.006.

Solomon, H & Kosaka, H. (2014). Xenophobia in South Africa: reflections, narratives and recommendations. *Southern Africa Peace and Security Studies*. 2 (2), 5 – 30. Recuperado de <https://www.sahistory.org.za/archive/xenophobia-south-africa-reflections-narratives-and-recommendations-hussein-solomon-and>

The Political Compass. (29 de febrero de 2020). Pace news ltd. Recuperado de

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

93

<https://www.politicalcompass.org/test/es>

Torres, G. (01 de agosto de 2019). En Colombia ya hay más de 1,4 millones de venezolanos.

Revista Semana. Recuperado de <https://migra Venezuela.com/web/articulo/cuantos-venezolanos-hay-en-colombia-hasta-hoy/1390>

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

94

13. Anexos.

Anexo A: Consentimiento informado.

ENCUESTA DE VARIABLES DE IMPACTO SOCIAL Y REDES SOCIALES VIRTUALES.

Esta investigación tiene como objetivo encontrar las relaciones existentes entre diferentes variables de impacto social con la participación y no participación en redes sociales virtuales, en adultos jóvenes mayores de edad, del territorio Colombiano.

***Obligatorio**

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado (a) participante,

Usted ha sido invitado (a) para hacer parte de esta investigación, que tiene como objetivo encontrar las relaciones existentes entre diferentes variables de impacto social con la participación y no participación en redes sociales virtuales, en adultos jóvenes mayores de edad, del territorio Colombiano. Llevada a cabo por las estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de la línea de psicología: Michelle Dayana Tibabisco Velasquez y Gized Lorena Garavito Romero, con asesoría de los docentes Julieth Carolina Castro y Ricardo Andres Narvaez.

Este proyecto se rige bajo el cumplimiento del Código Deontológico y Bioético para el ejercicio de la profesión de Psicología y de la Resolución 8430 de 1993, la cual enmarca esta investigación como de riesgo mínimo. El participante podrá desistir de continuar en el estudio en cualquiera de las fases previas al informe de resultados de este, sin que ello le cree perjuicio alguno. A su vez, los estudiantes de la Universidad se comprometen a no revelar información a terceros que esté relacionada con la privacidad o permita identificar a alguno de los participantes. Toda la información recopilada se manejará de forma anónima y se utilizará exclusivamente para fines académicos, igualmente usted no recibirá remuneración alguna por el diligenciamiento de los diferentes instrumentos propuestos para dar objetivo a la investigación. Debe responder de forma honesta a las preguntas realizadas a continuación, las cuales tendrán un tiempo de ejecución aproximado de treinta minutos, ya que cuenta con tres instrumentos de medición.

Si desea conocer más en detalle sobre el proyecto de investigación, o si al momento de realizar las pruebas se le presenta algún problema, no dude en contactarse con el equipo investigador al correo mtibabisco@ucundinamarca.edu.co - lorenagaravito10@gmail.com

1. ¿ Acepta participar en el estudio? Marque su respuesta *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Exploración de las relaciones entre actitudes xenófobas, tendencia política e información asociada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

Anexo B: Encuesta de datos sociodemografico

2. Edad *

3. ¿Es usted Colombiano/a? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No

4. Sexo *

Marca solo un óvalo.

- Femenino
 Masculino
 Otros: _____

5. Estrato socioeconómico *

Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4
 5
 Otros: _____

6. Zona en la que habita actualmente *

Marca solo un óvalo.

- Rural
 Urbana

7. Ciudad o municipio en el que habita actualmente *

8. Nivel académico (Finalizado) *

Marca solo un óvalo.

- Primaria
 Secundaria
 Bachiller
 Técnico
 Tecnólogo
 Pregrado
 Posgrado
 Ninguno
 Otros: _____

Anexo C: Encuesta de información relacionada con la usabilidad de redes sociales virtuales.

10. ¿Utiliza redes sociales virtuales? . Si responde SI por favor continúe a la sección 3. en caso de responder NO, diríjase a la sección 4.

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

11. ¿Cuales de las siguientes redes sociales virtuales usa actualmente? (Puede seleccionar más de una opción)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Snapchat
- Telegram

Otros: _____

12. ¿Cuál de las siguientes redes sociales virtuales es la que más usa?

Marca solo un óvalo.

- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Snapchat
- Telegram
- Otros: _____

13. ¿Cuánto tiempo al día dedica al uso de redes sociales virtuales ?

Marca solo un óvalo.

- Menos de 2 horas
- 2 a 4 horas
- 4 a 6 horas
- Más de 6 horas

14. ¿Qué uso le da a sus redes sociales virtuales? (Puede seleccionar más de una opción)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Recreativo
- Informativo
- Comunicación (chat)
- Comercial
- Opinión
- Crear contenido

Otros: _____

15. ¿Qué tan interesante es para usted la información, presentada en las redes sociales relacionada con las siguientes temáticas? Priorice a continuación una sola opción por columna. Se recomienda poner en modo horizontal, en caso de responder desde un teléfono móvil para visualizar el ítem completamente.

Marca solo un óvalo por fila.

	Educativa	Política	Entretenimiento (farándula / humor)	Deportiva	Arte
Muy poco interesante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poco interesante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neutral.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interesante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muy interesante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexo D: Cuestionario de Análisis Xenofóbico para Adultos (CAXA).

Términos a tener en cuenta:

Inmigrante: persona que por motivos sociales o económicos decide mudarse a un país distinto al de su nacionalidad.

Extranjero: persona proveniente de un país distinto al propio con fines de turismo o negocios.

Connacional: persona que tiene la misma nacionalidad que usted.

A continuación encontrará afirmaciones que deberá calificar en una escala de 0 a 3 donde 0 es nada de acuerdo, 1 es Poco de acuerdo, 2 es Bastante de acuerdo y 3 es Totalmente de acuerdo.

16. La llegada de inmigrantes ha ocasionado una pérdida significativa de oportunidades laborales en mi país. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3
Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

17. Las medidas que se han tomado en otros países como Estados Unidos han ido demasiado lejos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3
Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

18. El gobierno se preocupa más por el bienestar de los inmigrantes que de los mismos connacionales. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3
Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

19. Los inmigrantes deben tener los mismos derechos a los beneficios de salud que ofrece el gobierno para los connacionales. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3
Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

20. El trabajo de una persona debe ser igualmente remunerado sin importar su nacionalidad. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3
Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

21. Los hijos de los inmigrantes deben tener derecho a la educación básica gratuita dentro de mi país en caso de no tener dinero para pagarla. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3
Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

22. Ha aumentado la inseguridad desde la llegada de inmigrantes a mi país. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3
Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

23. El gobierno debería frenar la entrada de inmigrantes a mi país. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

24. Un inmigrante puede aportar tanto para mi país como cualquier extranjero. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

25. Los inmigrantes están acabando con los recursos de mi país. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

26. Es aceptable que los inmigrantes ofrezcan su trabajo a un menor costo debido a sus necesidades actuales *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

27. La llegada de inmigrantes al país es un factor de fortalecimiento económico *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

28. Las costumbres de los inmigrantes me generan molestia. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

29. En una discusión me molestaría que una persona ofenda la nacionalidad de un inmigrante *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

30. Suelo centrarme más en los aspectos positivos de los inmigrantes que en los negativos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

31. La masiva llegada de inmigrantes a mi país se podría considerar como una invasión *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

32. Las empresas deberían ofrecer igualdad de oportunidades laborales sin importar la nacionalidad del aspirante *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

33. Me molesta que mi país tenga que ayudar a solucionar los problemas de migración ocasionados por el gobierno de otro país *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

34. Evito relacionarme con personas inmigrantes debido a nuestras diferencias *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

35. Las oportunidades de trabajo en mi país se mantienen estables aun con la llegada de inmigrantes *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

36. Me genera tristeza la situación por la que pasan actualmente los inmigrantes. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

37. Es más probable que un inmigrante se dedique a delinquir o a la prostitución que un connacional. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

38. Las dificultades actuales de mi país se deben en gran medida a la llegada masiva de inmigrantes *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

39. Suelo tener pensamientos o sentimientos negativos hacia los inmigrantes. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

40. Todos los inmigrantes se han mostrado desagradecidos con la ayuda brindada por mi país. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

41. Me generaría más desconfianza si se me acerca de manera inesperada un inmigrante que un connacional. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

42. Los recursos del país son los mismos a pesar de la entrada de inmigrantes. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

43. La llegada de inmigrantes afecta negativamente el progreso económico de mi país. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

44. Tendría una relación cercana con una persona inmigrante. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

45. El castigo por un delito debería ser más severo para un inmigrante que para un connacional. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

46. Me agrada el intercambio cultural con los inmigrantes. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo Totalmente de acuerdo

47. Ningún país debería restringir la entrada de inmigrantes a su territorio. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

48. Evito tener cualquier tipo de contacto con una persona inmigrante. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

49. Es más valioso vivir con extranjeros de un país desarrollado que con inmigrantes. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

50. Me parece bien que el gobierno de mi país ayude a solucionar la crisis migratoria actual. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

51. La mano de obra de un inmigrante debe ser menos costosa que la de un connacional por el hecho de haber nacido en otro país. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

52. Se deberían tomar medidas como las de Estados Unidos para controlar la entrada de inmigrantes. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

53. Se debería ayudar a cualquier inmigrante sin importar su nacionalidad. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

54. Siento agrado al hablar con inmigrantes. *

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

55. Los medios de comunicación deberían mostrar más a menudo los aspectos negativos de la inmigración para resaltar su impacto en la sociedad. *

Marca sólo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

56. Los inmigrantes deberían tener la oportunidad de acceder a programas de interés social (por ejemplo, subsidios de vivienda o de educación) al igual que los connacionales. *

Marca sólo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

57. Los problemas que atraviesa mi país poco tienen que ver con la llegada de inmigrantes. *

Marca sólo un óvalo.

	0	1	2	3	
Nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

Anexo E: Cuestionario The political compass

Términos a tener en cuenta:

Immigrante: persona que por motivos sociales o económicos decide mudarse a un país distinto al de su nacionalidad.

Extranjero: persona proveniente de un país distinto al propio con fines de turismo o negocios.

58. Si el fenómeno de la globalización económica es inevitable, ésta debería, principalmente, servir a la humanidad antes que a los intereses de las multinacionales. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

59. Siempre apoyaría a mi país, tanto si se equivocase como si no. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

60. Nadie elige su país natal, por ello es tonto estar orgulloso de él. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

61. Nuestra raza, comparada con otras, tiene más cualidades superiores. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

62. El enemigo de mi enemigo es mi amigo. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

63. A veces, está justificada una acción militar que desafíe las leyes internacionales. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

64. Actualmente, es preocupante la mezcla existente entre información y entretenimiento en los medios de comunicación. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

65. Últimamente, la gente se divide más en clases que en nacionalidades. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

66. Controlar la inflación es más importante que controlar el desempleo. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

67. Dado que no se puede confiar en que las grandes empresas protejan voluntariamente el medio ambiente, hay que regularlas. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

68. "De cada cual según su capacidad, a cada cual según su necesidad" es una buena idea fundamental. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

69. Es una triste reflexión pensar que en nuestra sociedad algo tan básico como beber agua sea ahora un producto de consumo embotellado y de marca. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

70. La tierra no debería ser un bien transable para ser vendido y comprado. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

71. Es lamentable que muchas fortunas personales estén hechas por gente que simplemente especula con dinero y no contribuye en nada a la sociedad. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

72. El proteccionismo es a veces necesario en el comercio. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

73. La única responsabilidad social de una compañía debería ser proporcionar utilidades a sus accionistas. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

74. Los ricos pagan impuestos demasiado elevados. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

75. Aquellas personas que puedan pagárselo deberían tener derecho a mejores estándares de cuidado médico. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

76. Los gobiernos deberían penalizar aquellos negocios que engañan al público. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

77. Un Mercado realmente libre requiere restricciones a la capacidad de multinacionales depredadoras de crear monopolios. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

78. Cuanto más libre es el mercado, más libre es la gente. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

79. El aborto, cuando no esté amenazada la vida de la madre, siempre debería ser ilegal. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

80. Toda autoridad debería ser cuestionada. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

81. Ojo por ojo y diente por diente. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

82. Los contribuyentes no deberían financiar aquellos teatros o museos que no fuesen rentables por sí mismos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

83. Las escuelas no deberían exigir que la asistencia a clases sea obligatoria. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

84. Todo el mundo tiene sus derechos, pero es mejor para todos que cada cual se junte con los de su clase. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

85. Para ser un buen padre, a veces hay que dar nalgadas a los hijos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

86. Es normal que los hijos se guarden algunos secretos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

87. La Marihuana debería legalizarse. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

88. La principal función de la escolarización debería ser preparar a las generaciones futuras para encontrar trabajo. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

89. No se debería permitir el reproducirse a aquellas personas con serias discapacidades hereditarias. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

90. Lo más importante para los niños es aprender a aceptar la disciplina. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

91. No hay gentes ni salvajes ni civilizadas; sólo culturas diferentes. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

92. Aquellos que puedan trabajar, y rechacen la oportunidad, no deberían esperar ayuda social. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

93. Cuando se tienen problemas, es mejor no pensar en ello, sino que mantenerse ocupado con cosas más gratas. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

94. Los inmigrantes de primera generación jamás se podrán integrar plenamente a su nuevo país. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

95. Lo que es bueno para las corporaciones de mayor éxito, al final, es bueno para todos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

96. Ningún medio de comunicación, por muy independientes que sean sus contenidos, debería recibir fondos públicos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

97. Nuestras libertades civiles están siendo excesivamente restringidas en nombre de la lucha contra el terrorismo. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

98. Una gran ventaja de los estados unipartidistas es que evita todas las discusiones que retrasan el progreso en un sistema democrático. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

99. Aunque la era electrónica facilita la vigilancia gubernamental, sólo se tienen que preocupar los malhechores. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

100. La pena de muerte debería ser una opción para los crímenes más serios. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

101. En una sociedad civilizada, uno siempre debe tener gente por encima a la que obedecer y gente por debajo a la que mandar. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

102. El arte abstracto que no representa nada no debería ser considerado como arte. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

103. En la justicia penal, el castigo debería ser más importante que la rehabilitación. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

104. Es una pérdida de tiempo intentar rehabilitar a algunos criminales. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

105. Los hombres de negocios y los fabricantes son más importantes que los escritores y los artistas. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

106. Las madres pueden tener carreras, pero su principal labor es ser amas de casa. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

107. Las multinacionales están explotando sin ética la genética de los recursos agrícolas de los países en desarrollo. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

108. Hacer las paces con el "establishment" (con lo establecido, con lo que todos consideran correcto) es un aspecto importante de la madurez. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

109. La astrología explica muchas cosas con precisión. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

110. Sin ser religioso no puedes ser moral. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

111. La caridad es mejor que la seguridad social como medio de ayuda a los que realmente están desfavorecidos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

112. Algunas personas tienen, por naturaleza, mala suerte. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

113. Es importante que la escuela de mi hijo imparta valores religiosos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

114. El sexo fuera del matrimonio es normalmente inmoral. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

115. A una pareja homosexual con una relación estable y cariñosa, no debería ser excluida de la posibilidad de adoptar un niño. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

116. La pornografía, mostrando adultos que consienten en hacerla, debería ser legal para la población adulta. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

117. Lo que ocurra entre adultos que consienten, en un dormitorio privado, no es asunto del estado. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

118. No es natural que alguien se sienta homosexual. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

119. Es bueno para la sociedad ser abierta respecto al sexo, pero hoy en día las cosas han ido demasiado lejos. *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3

Nada de acuerdo. Totalmente de acuerdo.

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN.

Referencias

Chia, C., Diaz, B., Narvaez, R., Osorio, E & Salinas, E (2018). CAXA. Facatativá. Colombia

The Political Compass (Diciembre 2019). Disponible en: <https://www.politicalcompass.org/test/es>