

Twitter como espacio de democracia y desinformación



Por: Liliana Gómez., Juan Federico Pino y Andrés Lombana-Bermúdez

EDICIÓN 103 SEP-DIC 2021

Por Liliana Gómez, Juan Federico Pino y Andrés Lombana-Bermúdez

Ante el uso cada vez más extendido de Twitter como herramienta de comunicación política, conviene comprender cómo esta plataforma de comunicación digital se relaciona desde diversos lugares con la política, entendida como la construcción de acuerdos para organizar el caos (Arendt, 1997). La siguiente reflexión indaga sobre algunas de las formas en que la plataforma Twitter, funcionando como red social, espacio de opinión pública y medio de comunicación de nicho, transforma las democracias contemporáneas.

Democracia

Como lo expone Sartori (2007) las discusiones sobre el significado de la democracia se han configurado

en torno a dos formas de aprehender teórica y normativamente este concepto. Las escuelas empiristas que la conceptualizan como un medio para seleccionar autoridades, y las idealistas que definen la democracia a partir de su telos, por lo que no se agota únicamente en la concreción de un método subsumido en lo electoral, sino en la concreción de unos ideales que debe conseguir un país para ser considerado como democrático.

Desde una definición minimalista, se entiende la democracia como un régimen que puede ser conceptualizado desde Schumpeter (1994), como el conjunto de reglas que regulan y limitan las formas de acceso al poder, exclusivamente por medio de elecciones competitivas.

Esta definición minimalista no ha estado exenta de críticas. Autores como Mainwaring, Brinks y Pérez-Liñán (2001), han subrayado que el énfasis en la competencia hace que el concepto pierda dimensiones importantes de la democracia, tales como la autonomía de las autoridades elegidas y la garantía para el cumplimiento de los derechos civiles y políticos. Por lo cual se ha desarrollado la perspectiva procedimental, que incorpora las garantías y derechos civiles, junto con la capacidad “efectiva” de las autoridades civiles para ejercer el mandato ganado en elecciones.



Ilustración: Jennifer Rueda

En este orden de ideas, la definición de democracia que se adopta en este artículo reconoce la tensión entre la comprensión de este régimen desde la *tekné*, la noción medieval del término que se refiere al cómo, y el telos, que abarca la finalidad. Por un lado, se muestra que la desinformación y la polarización afectan la democracia como sistema de elección, ya que la libertad para seleccionar líderes está limitada por estas nuevas dinámicas, y también obstaculiza la democracia como fin, al impedir la construcción y consolidación de una sociedad más libre e informada, donde los ciudadanos, por medio de la deliberación, puedan seleccionar óptimamente a sus líderes políticos (Álvarez, Cheibub, Limongi, & Przeworski, 1996).

Comunicación política

Por su parte, la comunicación política, como lo asegura Mazzoleni (2010), plantea las relaciones que se construyen entre personas, información y tecnología, y en las que participan los sistemas políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos, teniendo en cuenta el intercambio y la confrontación de los contenidos de interés público-político. Al hablar del sistema político se hace referencia a las instituciones políticas del país, al igual que a los partidos, movimientos y grupos de presión.

Es ese campo en el que confluyen diferentes disciplinas que aportan a la comunicación y a la política, tales como la antropología, la sociología, la historia, la lingüística, la publicidad, entre otras. Se trata de un escenario en el que los seleccionadores (esos que son la minoría), deciden cuáles son las selecciones que pueden hacer las mayorías. Es allí en donde se ejercen las relaciones de poder de las que habla Luhmann (2005).

Lo anterior, sin olvidar como lo asegura Mercier (2012), que para los actores del mundo de la política es fundamental comunicarse y estar en los medios, igual que lo han dicho Lippmann (1922) y Castells (2009): “Quien no está en los medios, no existe”. Lo cual, llevado a Twitter, muestra la importancia que esta plataforma tiene para mantenerse vigente ante la opinión pública, y para configurar múltiples agendas en las democracias contemporáneas. Con base en esto se analizarán a continuación las distintas facetas de Twitter respecto de la comunicación y el desarrollo de la democracia.

Twitter: red social, medio de comunicación de nicho, espacio de opinión

Las redes sociales en Internet pueden entenderse como espacios virtuales donde los ciudadanos pueden interactuar, relacionarse, crear y compartir contenidos, y construir comunidades y audiencias con otras personas, conocidas o desconocidas (Boyd, 2009; Jenkins et al., 2013; Owen, 2017; Rasmussen, 2014). Las redes sociales reducen las barreras técnicas para la publicación de contenidos en línea, permitiendo además una variedad de servicios tales como: la creación de perfiles de usuario con datos personales, la articulación de listas de contactos y la suscripción a contenidos generados por otros usuarios.



Ilustración: Jennifer Rueda

Al facilitar la circulación de información entre muchos ciudadanos y permitir la creación de múltiples audiencias, las redes sociales en Internet se han convertido en uno de los espacios principales de expresión política y de formación de la opinión pública (Benkler, 2006; Chadwick, 2013; Owen, 2017; Rasmussen, 2014). Su rápida evolución y crecimiento ha transformado no solo la forma en que los ciudadanos acceden, crean y diseminan información, sino también la manera como los medios tradicionales producen y distribuyen sus contenidos. Como consecuencia de ello, la comunicación política en la sociedad de la información se ha transformado en un complejo sistema, en donde contenidos generados por medios tradicionales coexisten con los creados por ciudadanos, circulando de manera más dinámica, y con menores filtros editoriales y de calidad.

Una de las consecuencias de la mayor circulación de contenidos diversos y con gran variedad, en términos de calidad, es el aumento en la producción y diseminación de discursos radicales y de odio, así como la difusión de noticias engañosas, que tienden a promover la división política (Bennett & Livingston, 2018; Wardle & Derakhshan, 2017). Los discursos radicales, además, encuentran en las redes sociales en Internet, y particularmente en las audiencias que pueden ser creadas en ellas, cámaras de eco donde la información sesgada puede ser amplificadas (Bennett & Livingston, 2018; Tandoc, 2017; Marwick & Lewis, 2017; Tucker et al., 2018; Wardle & Derakhshan, 2017).

La fragmentación de las audiencias es otra de las consecuencias de los rápidos cambios en el entorno mediático y en la comunicación política (Neuman, 2016; Prior, 2007; Webster, 2014; Webster & Ksiazek, 2012). En un entorno caracterizado por información abundante, numerosas fuentes y una multitud de

productores y distribuidores de contenidos, las audiencias masivas del Siglo XX, homogéneas y de gran escala, se han erosionado, dando origen a una variedad de pequeños grupos de nicho conformados por individuos con intereses y gustos similares (Fletcher & Nielsen, 2017; Prior, 2007; Stroud, 2011). Es precisamente en este contexto de audiencias fragmentadas y de redes sociales, donde la comunicación política se ha tornado más individualizada. Los políticos, como individuos productores y distribuidores de contenidos, han ido conformando audiencias de nicho alrededor de sus propios canales de comunicación en redes sociales (e.g. cuentas personales en Twitter).

Twitter como red social

Una red es un conjunto de nodos interconectados. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red, de forma que los especialmente importantes se denominan «centros» en algunas versiones de la teoría de redes. En todo caso, cualquier componente de una red (incluidos los «centros») son un nodo, y su función y significado dependen de los programas de la red y de su interacción con otros nodos de ésta (Castells, 2009). Las redes se construyen a partir de objetivos y reglas de funcionamiento propios de la red.



Ilustración: Jennifer Rueda

En este orden de ideas, se puede decir que, para los ciudadanos, Twitter funciona como una red social para los que tienen intereses políticos, pues se convierte en un lugar en el que pueden interactuar con otros que tienen similares agendas, y también les sirve como espacio para contradecir, atacar e incluso

insultar a aquellos que piensan diferente. Igual, aquí los que funcionan como nodos, ya sea porque cuentan con mayor información o poder, son aquellos que lideran las redes y hacen uso de ese liderazgo para tratar de influir tanto en sus redes, como en aquellas en las que se encuentran los denominados indecisos. Puede pasar, por ejemplo, que un indeciso encuentre en una red social, información suministrada por una red afín y/o contraria a un candidato, y desde allí adquirir las herramientas para tomar su decisión definitiva a la hora del voto.

Twitter como medio de comunicación de nicho

En el caso de los actores políticos que son altamente mediatizados, Twitter funciona como un medio de comunicación de nicho. En este sentido, estos actores que normalmente están en las agendas políticas y mediáticas del país usan Twitter para dar a conocer sus posturas y agendas a través de la red social, y así se evitan el pasar por otros medios. En este caso, el personaje y su cuenta personalizada de Twitter son el mensaje.

Aquí cambia, con respecto a la comunicación de masas, el hecho de que el contexto de producción es próximo al contexto o contextos de recepción, y con esto se tiene la percepción de una mayor cercanía entre los políticos y sus públicos o audiencias. Lo que, si se mantiene casi siempre, en estos casos (aunque la percepción sea otra), es una información unidireccional en la que los receptores la obtienen, y a partir de allí, ellos hacen nuevas construcciones con los mensajes que comparten, comentan, critican, aceptan o atacan desde sus redes sociales.



Los políticos, al construir sus cuentas como medios de comunicación de nicho, lo que hacen es informar directamente a sus seguidores, abrir espacios para que sus contradictores conozcan sus posturas, y producir contenidos que pueden ser capturados directamente por los medios tradicionales de comunicación. En este caso, además, Twitter funciona como una plataforma de posicionamiento de agendas, porque a partir de la información que se convierte en tendencia, los medios de comunicación construyen sus contenidos.

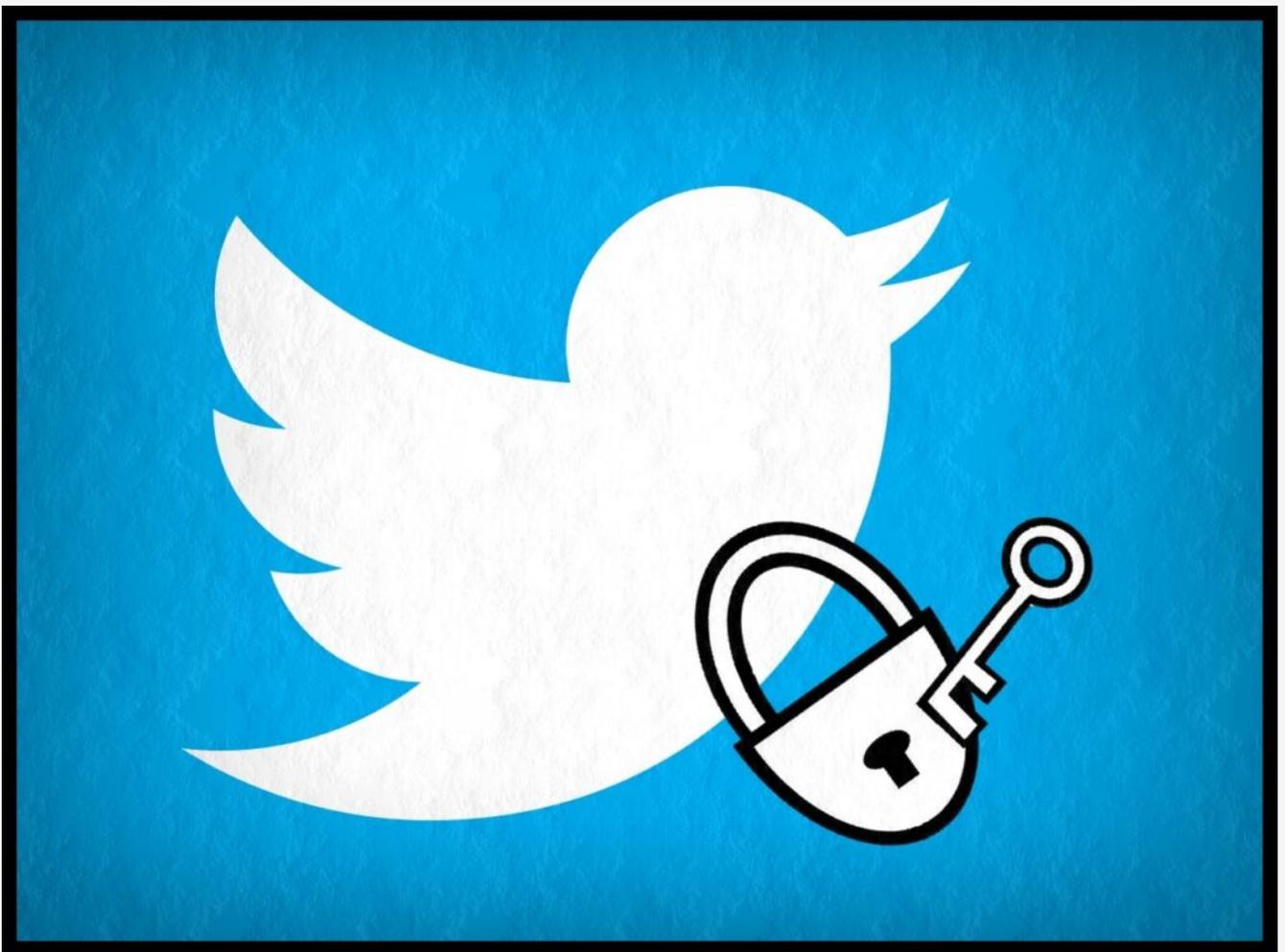
Twitter como escenario de opinión pública

Opinión, según Adorno (1975), es la posición, siempre acotada en cuanto válida, de una conciencia subjetiva, restringida en su contenido de verdad. El conocimiento, por su parte, es la opinión verificada. Visto de esta forma, en la que Twitter obra como plataforma de comunicación en la que cada persona opina sin necesidad de que haya una reflexión que conlleve a un argumento, se convierte en una continua lucha de opiniones, construidas de una pretensión del saber sin tradición, en la que cada saber parte de cero, y que se manifiesta, como lo dice Bauman, en unos discursos líquidos, donde casi ninguna forma se mantiene inmutable lo suficiente como para cuajar y garantizar una fiabilidad a largo plazo (44 cartas desde el mundo líquido, página 109, 2011).

Pero cuando las redes se construyen desde opiniones que son cambiantes, líquidas, poco duraderas,

también desaparece, como lo asegura Han (2018), el respeto como un mirar desde la distancia. Este “no espacio” para el respeto, también hace que la diferencia entre lo público y lo privado se vuelva cada vez más difusa, creando la sensación de que todos los que están allí son todo el tiempo una imagen y un objeto, conduciéndonos hacia una sociedad del escándalo.

Queda claro, entonces, que Twitter es un espacio de opinión pública, porque no es un escenario deliberativo, visto como la capacidad de discernir y pensar por cuenta propia. Es un espacio de opiniones que viven en constante tensión para convertirse en la tendencia del día (en el espectáculo del momento). Un espacio en el que las personas y sus opiniones pasan a ser productos de consumo que deben evitar la obsolescencia, convirtiéndose cada uno en el mensaje que es la tendencia, el espectáculo, el escándalo del día.



Cuando se habla de la “espectacularización” de la política en Twitter se hace referencia a una política

que se narra pensando más en que el contenido sea entretenido, llamativo, espectacular, que priorice hacer clic en las plataformas, que en cualquier otro criterio. Un espectáculo, además, que se piensa como la posibilidad de dar visibilidad y en algunos casos fama. Todo trabajado desde la emoción como motor de la decisión política.

Sobre esto, agrega Echeverría (2017), que con la pretensión de los medios de maximizar sus mercados, atendiendo a audiencias despolitizadas, se busca entretener desde la proliferación de conflictos y de escándalos, dejando de lado la interpretación de discursos y acciones políticas.

Conclusiones

En este artículo se ha mostrado cómo Twitter funciona como red social, espacio de opinión pública y medio de comunicación de nicho. Desde estas tres dimensiones incide en la “espectacularización” de la política, y en dinámicas de polarización del debate público. Específicamente y por las características que se han expuesto, esta red social se ha constituido principalmente en un espacio de opinión pública, que privilegia la confrontación que exalta las emociones sobre la argumentación entre personas que tienen posturas ideológicas distintas. En consecuencia, como espacio de opinión pública, Twitter funciona de diferentes maneras según el tipo de actor: para los políticos y líderes de opinión altamente mediatizados, funciona como medio de comunicación de nicho; para ciudadanos electores sirve como red social que normalmente se construye alrededor de uno o pocos nodos (que son los que tienen más poder), y para todos los actores, Twitter funciona como un escenario de opinión pública.

Twitter es usado por los medios de comunicación como fuente de información, lo que hace que cada vez se dé más importancia a lo que por allí circula, y a que se vuelvan más relevantes los hashtags que a diario se configuran, a partir de las interacciones entre los actores de la comunicación política.



Ahora bien, los debates que se plantean desde los hashtags, toman rumbos impredecibles y de difícil trazabilidad en Twitter, particularmente cuando están relacionados con campañas políticas. Emerge en las interacciones ese acumulado de odios, quejas, ataques y malquerencias, que sin importar el hashtag propuesto se reitera como un mantra. Cuando esto ocurre, hay transposición de la agenda pública a la mediática, el camino inverso que planteó la teoría de agenda setting. Y, usualmente, se presentan fenómenos de desinformación (posverdad) y polarización, cada vez más difíciles de contrarrestar, en tanto provienen de múltiples nodos y de autorías, a menudo anónimas.

La presencia de Twitter y de otras redes sociales es un fenómeno que se incrementará en los próximos años. Como se ha señalado, esta red puede potenciar dinámicas de polarización y enfrentamiento. Es tarea de múltiples sectores, incluyendo las empresas tecnológicas, el Estado, la academia y la sociedad civil, descubrir cómo se pueden potenciar las dinámicas virtuosas en estos espacios digitales, para lograr así, el fortalecimiento de la democracia.

Foto portada: Democracia real ya

[No.-103-Revista-Cien-Dias](#)