



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Las redes sociales como el nuevo espacio público
y la configuración de un contrapoder
Gustavo González, Gabriel Negri, Cristian Varnier y Carlos Toledo
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Las redes sociales como el nuevo espacio público y la configuración de un contrapoder

Gustavo González

ggonzalez@perio.unlp.edu.ar

Gabriel Negri

negrilp@yahoo.com

Cristian Varnier

cvarnier@perio.unlp.edu.ar

Carlos Toledo

ctoledo@perio.unlp.edu.ar

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

La ponencia propuesta describe y analiza la incidencia de las redes sociales en una doble lectura: como la conformación de un nuevo espacio público de debate y acción en donde se constituye un contrapoder ciudadano, o desde una mirada desesperanzadora a partir de la cual las redes sociales refuerzan las estrategias de un sistema mediático que impone sentidos e ideologías trazando las líneas del imaginario social.

No se puede empezar un análisis medianamente serio de la expansión geométrica y la utilización explosiva de las redes sociales sin antes realizar una exploración del nuevo marco sistémico que le da contención y, a la vez, lo potencia. Este nuevo escenario al que José Pablo Feinmann denominó la nueva globalización (Feinmann; 2008:474), lleva consigo que el PODER (entendido con mayúsculas) ha sabido construir una estructura mediática muy fuerte, apoyada en las ventajas tecnológicas que han expandido sin solución de continuidad y en el que las nuevas

redes sociales fungen como el equivalente a un nuevo y remozado espacio público en el que todo pasa por allí, se discute y se polemiza.

Pero dicho Espacio Público, que antes se definía por nuestra actuación en el afuera por contraposición al mundo privado, hoy nos lleva a redimensionar no sólo dicha actuación (en el término de actores de la vida pública) volcada hacia afuera, sino principalmente en una subjetividad (que se define por el vínculo con el otro) pero también con un dispositivo de construcciones y de relaciones sociales absolutamente novedosas.

Esa construcción social en el ámbito de la expresión pública también tiene su correlato en el plano de la actividad política profesional y en la implementación de la comunicación política. Hoy no se sostiene ninguna actividad política (en campaña electoral y también en períodos intermedios) sin una, o varias cuentas de twitter, sin páginas de facebook, sin blogs periodísticos y de análisis sociopolítico, instagram o equivalentes en las plataformas de la web de manera tal que se convirtieron en un elemento indispensables para el diseño de cualquier actividad que lleve consigo la relación entre los candidatos y los votantes, o, entre los funcionarios y los ciudadanos. Quizás el ejemplo más palmario se haya dado en la campaña electoral de 2008 que llevó a la presidencia al candidato Demócrata Barack Obama. Su equipo implementó una estrategia global en redes que le aseguró presencia partidista en todas las plataformas de aquél momento (MY SPACE, LINKEDIN, TWITTER, FACEBOOK, FLICKR, YOUTUBE).

Y es en ese punto en donde radique la verdadera importancia, además de su radicalidad en el sentido en que se implementó. La social media no sólo funciona como instancia de visibilización, comunicación y exhibición que además utiliza las opiniones de los usuarios, las corrientes de datos y la sensibilidad digital, para poder estructurar una interacción y una retroalimentación social. Esta construcción tiene por principalísimo objetivo operar sobre los imaginarios sociales de pertenencia y de referencia al que todo colectivo social retribuye y del que se quiere formar parte, en un intento por achicar las distancias espaciales, pero también las simbólicas.

La construcción permanente de un universo virtual que se articule como las plataformas sociales de encuentros, debates y las relaciones sociales y políticas pueden descifrarse como la división de las partes que encierran el todo, aunque no nos contengan a todos y que se observe en un marco de aparente libertad.

La visibilidad es un objetivo y un deseo a alcanzar; pero quizás la realidad sea solo una ilusión de libertad y no la concreción de ella.

Hiperconectividad y cotidianeidad

Si hay un aspecto destacable, valorable, novedoso y por sobre todo, bien visible, es que la mezcla de lo real y lo virtual permite vislumbrar que una vida sin acceso a internet y a las redes sociales es inconcebible hoy para entender a la opinión pública que se desarrolla y crece en la expresión de sus creencias, gustos y hábitos que tiene por máximo objetivo el reconocimiento social y el estrechamiento de sus vínculos, al menos de esa opinión pública en expansión que usa redes sociales.

El escenario y panorama cambiante y múltiple se evidencia también en la construcción de los objetos y de los sujetos a alcanzar. Denis De Moraes dice que "las principales características del sistema mediático se resumen en la capacidad de fijar sentidos e ideologías, formar opiniones y trazar líneas predominantes del imaginario social" (De Moraes;2013:20). Este es el punto central y en el que debe residir todo análisis del objeto y del sujeto de estudio.

Las redes sociales como parte de otra parte (sistema de medios concentrado) van configurándose en un todo vinculado al poder como fijador de ideologías, de sentido común, de estereotipos circulantes. Es interesante saber que en toda construcción de mensajes en las redes sociales el que lo emite no ve la cara del que lo recibe, por lo menos en apariencia.

Pero es solo apariencia, solo ilusión. Lo que hay, lo que existe, lo que es y significa para la construcción de un panóptico de una potencia inusitada como nunca lo hubiera imaginado Michel Foucault pero que funciona como un gran hermano permanente, continuo e infinito.

De tal manera se entrega a constituir el nuevo espacio público y a los sujetos que lo integran. Todo en el marco de una globalización¹ que ha cambiado y ya no es la de los años noventa, sino que se perfeccionó de manera integral. Hasta hoy significaba una estrategia, la comunicacional, del poder imperial de las corporaciones transnacionales. Pero ahora, y gracias a la innovación tecnológica, elevada como una verdadera revolución mundial, se adentran en los territorios y en los espacios que quieren manejar y controlar de manera que erosionan las subjetividades.

¿Pero qué es el espacio público? "Para que haya espacio público es preciso a la vez que haya asuntos públicos, que se cree un lugar donde todos los discutan y lo zanjen" (Castoriadis;2015:144). Habermas tomó el concepto de espacio público y popularizó el término en los años '70. La idea es que el Espacio Público es la

intersección entre la sociedad civil y el estado. El lugar donde las personas se juntan para formular la opinión pública.

Esta globalización es nueva y sobre todo, más profunda; y los sujetos que la conforman tienen otras formas, otros perfiles. El poder mediático configura el mapa de las nuevas relaciones sociales que se arman en el espacio público de las redes sociales y de las actividades humanas. Este nuevo espacio se ha diseñado de manera que se justifique en un escenario de medianía de un mundo que se ha construido en torno a una realidad prefabricada. Porque expresa poder y para eso va a precisar de los "intelectuales mediáticos, tal la denominación de Pierre Bourdieu, que son la expresión de ideas colectivas circulantes por el espacio de las redes sociales y que están "programados para decir y percibir generalmente aquello que sirve a los intereses del capital y del conservadurismo y, al mismo tiempo, para combatir y descalificar ideas progresistas y transformadoras de ideas injustas" " (De Moraes; 2013: 20)

Las redes sociales brindan las equivalencias de prestigio, la fama y el reconocimiento popular. John Locke equiparaba a la opinión pública con la fama y la moda (la fashion law) de la misma manera en que hoy la capacidad para conseguir seguidores está en estrecha relación con la compulsión por la visibilidad social, por ese conocimiento íntimo de que uno es y existe, pero que difícilmente este acompañada por la comprensión, el entendimiento y el análisis intelectual, la abstracción conceptual.

Existe una pulsión por la respuesta inmediata y continúa, pero que no implica necesariamente el intercambio de ideas, sino, y esencialmente, a la emisión que produzca una reacción sobre estimulada de velocidad, de inmediatez. Como una reversión de la teoría de la aguja hipodérmica de los años treinta.

Discurso y lenguaje: la búsqueda del intercambio virtual

Denis de Moraes precisa que "el sistema mediático se maneja con total desenvoltura en la apropiación de diferentes léxicos para intentar colocar dentro de sí a todos los léxicos al servicio de todos sus intereses particulares objetivando que ese discurso se vale por todos los medios de comunicación para redefinir y tomar posesión de sentidos y significados, a partir de sus ópticas interpretativas" " (De Moraes; 2013:38).

Lo que subyace en todo discurso articulado con una ideología específica no es sólo el manejo del léxico, la propensión que por otra parte tiene todo poder de totalizar a través de las palabras que se objetivan en deseos de búsquedas consensuales,

pero que implican lo que se señala en el trabajo de De Moraes " el discurso mediático está comprometido con el control selectivo de las informaciones, de la opinión y de las medidas de valor que circulan socialmente" y agrega " eso se manifiesta en las formas de interdicción, silenciamiento y estigmatización de ideas antagónicas, del mismo modo que en la descontextualización intencional de noticias con el propósito de desviar a los lectores" "(De Moraes; 2013:22).

En definitiva, y ya lo había señalado Theodor Adorno, de lo que se trata es de la circulación, explotación y producción de bienes culturales, de modo que actúen como una forma de cohesión social y buscando la conformidad en torno a los instrumentos a utilizar y a las formas de intercambio simbólico.

Quien dice en las redes sociales, de alguna manera también hace. La palabra circulante me sirve para sentar posición, y además como signo de militancia social, de vínculo consensual establecido, a la vez que como disciplinador de los contenidos que circulan. El objetivo es el señalamiento del otro y la estigmatización del otro, que no soy yo, que es el no-yo, porque no lo puedo ser. Una alteridad que pertenece al mundo de lo grupal, aunque difícilmente la podamos ubicar en el espacio de las manifestaciones colectivas y los mandatos socialmente organizados. Se configura un espacio público volátil, impreciso; un lugar de intercambio configurado por todos, entendiendo el término todos de manera literal; pero en donde ese ciudadano participe pierde la comprensión del proceso, del otro y del poder multimedial travestido.

¿Es la Red Social un lugar de la identidad?

El análisis nos lleva indefectiblemente a la constitución de las identidades sociales para poder aspirar a la conformación de un espacio público que se convierta en ese lugar de intercambio de reconocimientos, aceptando las desigualdades y la volatilidad que todo lo mancha.

Si hay algo para expresar es que el hoy está marcado por el traspaso de lo privado hacia lo público y de allí a constituirse como el escario en donde se dirimen las legitimidades. Paula Sibilia, citando a Jonathan Frozen, decía que "la intimidad se evadió del espacio privado y pasa a invadir aquella esfera que antes se consideraba pública" (Sibilia;2008: 91).

Ahora bien si en el plano de lo evidente esto resultara en una verdad retórica, no lo es cuando tenemos que incluirlo en una estructura digital inmensamente intrusiva y que recubre todos los bordes del planeta a una velocidad aún más rápida que la propia capacidad de los sujetos que tienen ellos para internalizarlas.

También Paula Sibilia (Sibilia; 2008:89) Señala que había que destacar la discontinuidad develando la especificidad de lo nuevo con el fin de captar qué implica su introducción en el presente. Hay que remarcar que esas continuidades tecnológicas producen disrupciones en los espacios, a la vez que una imbricación y una penetración que las reconfigura de manera constante, desordenada y volátil, pero que también deja entrever unos huecos que lejos de ser infinitos son sumamente explicativos de la lógica del poder financiero, que nace de esas reconfiguraciones como una modalidad que obedece a las tácticas de mercado, con el objetivo de responder a una estrategia de neto corte financiero y especulativo. Sin duda que el impacto tecnológico en la articulación de las redes sociales no impactan de la misma manera y en el mismo tiempo a los diferentes estratos sociales que las utilizan ni a los diversos segmentos etarios afectados por esa lógica de explosión comunicacional.

Roxana Morduchowicz dice que "junto a los cambios sociales y culturales que las acompañaron, sin duda han afectado directamente la manera en que los adolescentes construyen su identidad. Porque con cada texto que suben a su página (Facebook, twitter, instagram), se preguntan quienes son y van ensayando perfiles diferentes a los que asumen en su vida real. Si todos potencialmente ser "otro" esto tiene consecuencias evidentes sobre la identidad y sobre el sentido de la alteridad. El otro deja de ser alguien en particular para convertirse imaginariamente en muchos otros, agregando la investigadora argentina que internet les permite a los adolescentes construir su propia identidad por fuera de la órbita filiar y contrapuesta a los estereotipos establecidos desde los massmedia. (Morduchowicz, 2012:172).

La construcción Social de la Identidad

El subtítulo hace explícita referencia a un trabajo excepcional y fundamental de Peter Berger y Thomas Luckmann (Berger y Luckmann;1986:1) En el que hacen hincapié en las prácticas significativas y los cambios simbólicos a la hora de entender las relaciones que establece un individuo en su acercamiento al colectivo social, sus formas de comportamiento y su adaptación al medio ambiente. Dicho en palabras de Elizabeth Noelle- Neumann, describiendo las formas en que los individuos se constituyen junto a sus pares para no quedar excluidos y ser sancionados con el aislamiento social lleva a que la persona "observaría el consenso de su medio y lo compararía con su propia conducta. No tiene que tratarse necesariamente pues, de un consenso de opinión, puede tratarse de opciones de

conducta". Ahí es donde se puede encontrar un punto válido, un mojón para que podamos trazar un espacio público de las redes sociales. (Neumann; 1993: 45)

El punto es el que construyen las tecnologías, entonces los sujetos llegan a un mundo ya interpretado. Uno es hecho y construido por ese mundo, a la manera en que señalaba Manuel Mora y Araujo hace ya una década "estamos ante dos visiones, una pesimista, otra optimista. Y agregaba que "el hilo argumental de la visión crítica deplora la maleabilidad, la propensión adaptativa, el conformismo del ciudadano-consumidor actual; mientras que desde la otra visión la opinión pública es un costado activo de la cultura de masas, la materia sobre la que se construye, a través de los intercambios, un tejido que puede resistir o neutralizar los diseños de los actores con más poder" (Mora y Araujo; 2005: 576)

Esa dicotomía entre una y la otra posición nos sirve a nosotros para decir que estamos ante un escenario en construcción permanente, muy complejo e indefinido, sometido a las poderosísimas fuerza del mercado, pero también con la marca indeleble de millones de hacedores, de co-desarrolladores e individuos que, con ingenio, van configurando un panorama que, de tan modificado, se vuelve irreconocible, transfigurado y por eso más rico a la hora de la investigación y el debate, pero con la huella de un naciente contrapoder.

El consultor Alejandro Prince en el recientemente realizado Congreso Mundial de Comunicación Política señaló que con las nuevas tecnologías "sucedió un distopismo, se dice que las tecnologías nos quitan el trabajo, del anonimato de internet, de la pedofilia", agregando que "la otra forma es ver a la tecnología como panacea. Todo se va a arreglar. En política y en comunicación, en gobierno digital, veo que hay una idea de que se enchufa todo y listo... Ni la panacea ni la Caja de Pandora. Tampoco creo que sea el nacimiento de un hombre nuevo, de un Prometeo encadenado a la computadora personal. La tecnología es un emergente que acompaña, que cataliza, que a veces acelera o frena las tendencias profundas, que son sociopolíticas, antropológicas y culturales. La tecnología no cambia el signo del mundo". En tanto, Guillermo Riera, Subsecretario de Vínculo Ciudadano y cargo de la comunicación on line del gobierno nacional de Cambiemos, trajo a colación algunas situaciones de cuando le tocó desempeñarse como director de la campaña digital de comunicación de voluntarios que llevó a Mauricio Macri a la presidencia de la Nación en 2015. "Éramos bastante conscientes de la penetración de la tecnología en la sociedad. Vimos que en los últimos 5 años muy despacio, sigilosamente, la tecnología llegó a todos los estratos de la sociedad. Los teléfonos celulares está en casi todos lados, la gente tiene conectividad en casi todos lados y en casi todos lados tiene una presencia en la web. No somos necios y sabemos que

hay una porción menor que no tiene acceso a todo esto. Que no está ni conectada ni está en las redes sociales”.

El nuevo mapa del Espacio Público

Ahí radica la cuestión problemática a la que nos referimos en la ponencia. Este nuevo mapa puede, de alguna manera, equiparar a los seguidores de las redes sociales con los seguidores de los líderes en el campo de la política y la sociedad, de modo tal que es posible concebir la relación que se articula entre las redes y los imaginarios sociales, en los que cabe buscar(y en lo posible encontrar) un contrapoder que le signifique al individuo una visibilidad que se traduzca en la capacidad de realizarse como un sujeto socio-político que interpela al poder(y a sí mismo). Porque la influencia no es medida sólo en términos virtuales y que el clima de opinión que se conforma indudablemente repercute en nosotros y en nuestras relaciones para poder dar el paso entre el consumidor y el ciudadano con derechos, entre el mercado y el pueblo que actúa entre los espectadores y los actores, ampliando las conceptualidades que, al respecto de los actores y los públicos señalaban Dominic Wolton y Vincent Price. Esta sería una nueva forma de redefinir no al sujeto que se conforma en vínculo directo con la opinión pública y con el espacio público, siempre teniendo en cuenta el contexto de las tecnologías.

Si Dominic Wolton (que definió el papel y las funciones del espacio público inserto en el esquema comunicacional político) hablaba de tres actores intervinientes en ese espacio público (periodistas, políticos y opinión pública) (Wolton; 1992:8), Heriberto Muraro lo ampliaba incluyendo a los ciudadanos mejor y peor informados y a los intelectuales orgánicos-todo en un marco de peso mediático cada vez más poderoso-en el conjunto de todos los que forman parte de la opinión pública. (Muraro; 1998:34).

Hoy podríamos afirmar que el concepto de ciudadanía se reconfigura a favor del usuario de las redes sociales de manera absolutamente transversal. Pero la gran marca es la cantidad de participantes del espacio. Hace 44 años Pierre Bourdieu para explicitar su afirmación de que la opinión pública no existe, señalaba a las encuestas como artefactos de simulación. Entonces nuestra tarea será investigar y descifrar si la participación en las redes sociales de los colectivos que forman la opinión pública son reales y establecen un contrapoder efectivo o sólo son otro artefacto de simulación como afirmaba Bourdieu.

Bibliografía

Bourdieu, Pierre. La Opinión Pública no existe. Revista Voces y Culturas Nº 10, II semestre 1996. España.

Castoriadis, Cornelius. La ciudad y las leyes. Lo que hace a Grecia, 2 seminarios de 1983-1984. La creación Humana II. Editorial Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

De Moraes, Dênis. Sistema mediático y poder, en Denis De Moraes, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano. Medios, Poder y Contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información. Editorial Biblos. Buenos Aires 2013.

Morduchowicz, Roxana. Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires 2012.

Muraro, Heriberto. Políticos, periodistas y ciudadanos. Editorial Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires 1998.

Noelle-Neumann, Elisabeth. La Espiral del Silencio. Editorial Paidós. España 1993. , Vincent. Opinión Pública. Editorial Paidós. España 1994.

Rabotnikof, Nora. El espacio de lo público en la filosofía política de Kant. Crítica. Revista Hispanoamericana de Filosofía. Vol. XXIX. Nº 85 (abril 1997).

Sibilia, Paula. La intimidad como espectáculo. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires 2008.

Wolton, Dominique. La comunicación política: construcción de un modelo, en Jean Marc Ferry, Wolton y otros. El Nuevo Espacio Público. Editorial Gedisa. Barcelona 1992.