



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

El papel de las redes sociales en las actitudes y opiniones de los ciudadanos
Gabriel Oscar Negri, Luciana Arrua y Pablo Delgado
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2, diciembre 2018
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

El papel de las redes sociales en las actitudes y opiniones de los ciudadanos

Gabriel Oscar Negri

gabrielnegri@perio.unlp.edu.ar
<http://orcid.org/0000-0003-3020-3100>

Luciana Arrua

lucianaarru@hotmail.com

Pablo Delgado

delgado.anibal@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0003-2452-2228>

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

Introducción

Vale preguntarse para esta ponencia qué grado de influencia tienen las redes sociales en las actitudes y opiniones de los ciudadanos. En este sentido resulta oportuno pensar tal estado de cosas en los medios como ambientes. Scolari (2015, 15-19), nos recuerda que fue Neil Postman, reconocido académico estadounidense, uno de los primeros teóricos en sostener que el cambio tecnológico no es aditivo sino ecológico, y lo explicaba con un ejemplo: si dejamos caer una gota de tintura roja en un recipiente con agua, se disuelve en todo el líquido, coloreando cada una de las moléculas. Eso es lo que Postman entiende por cambio ecológico. En otros términos, la llegada de un nuevo medio no se limita a agregar algo, cambia todo. La televisión, por ejemplo, cambió la forma de las campañas políticas, los hábitos en las escuelas, en las iglesias y en las familias. Pero tal vez el aporte más sustancial de Postman respecto a esta ponencia es que frente al poder de las redes

las personas no saben qué hacer con la información, ni toman conciencia la potencialidad de contrapoder.

Mucho recordarán la obra *El aprendiz de brujo* que alcanzó gran popularidad con Walt Disney en los años 40 y por la adaptación cinematográfica protagonizada por Nicolas Cage, aunque en realidad la obra remite al compositor francés Paul Dukas, quien a su vez se inspiró en la balada de Johann Wolfgang von Goethe. La historia narra las desventuras de un aprendiz de brujo (Trylbi)¹ que en ausencia de su amo y sin permiso hechiza una escoba para que le ayude a cargar baldes con agua. “El balde iba y venía y Trylbi silbaba muy contento viendo cómo la escoba realizaba la tarea. De pronto advirtió que ya la cantidad de agua era suficiente y pidió que no trajera más. Pero el balde obedecía sólo a las palabras mágicas y prosiguió diligentemente su misión. Trylbi comenzó a impacientarse. Inútil era que le hablara en todos los tonos, desde el de mando al de súplica. El agua inundaba ya el piso y corría escaleras abajo. La impaciencia que sintió Trylbi al comienzo se transforma en terror. El agua caía en cascadas, llenaba las habitaciones, inundaba la casa, y el balde seguía trayendo cada vez más. Trylbi sentía ya que el agua le llegaba al cuello, y trataba desesperadamente de nadar, mientras a su alrededor flotaban frascos, vasijas, cajas y las mil cosas del laboratorio. Y cuando ya creía que su fin era seguro, apareció el brujo. Vio al momento lo que pasaba y sin perder un segundo pronunció las palabras mágicas que detuvieron el hechizo. Gracias a esta oportuna llegada, Trylbi se salvó de una muerte segura, a la que lo hubiera llevado su imprudencia. Pero no pudo escapar a la severa reprimenda, que por cierto, tenía bien merecida, de su maestro y señor” (Pigmalión & knock, 2018, 30-37).

La ciudadanía no sabe cómo usar el instrumento de las redes sociales, el poder sí. Cuando en la reciente campaña presidencial de Francia la candidata del Frente Nacional (FN), Marine Le Pen fue hasta la ciudad de Amiens para visitar a los trabajadores de la fábrica Whirpool, la ciudad donde nació el nuevo presidente de Francia, los jefes de campaña de Emmanuel Macron debieron reaccionar de inmediato porque Le Pen les decía a esos empelados que Macron se despreocupaba de los trabajadores y la prueba irrefutable era que en ningún momento había llegado hasta allí. De manera inmediata Macron escribió en Twitter que ese mismo día, luego de una reunión con sindicalistas, estaría en Amiens para hablar con los obreros de Whirpool.

¿Es internet una base de operaciones para la acción? Dependen los casos. Cuando hacia finales de 2017 se desató en Irán una ola de protesta contra el gobierno con un saldo de 22 muertos y más de 1000 detenidos, el Estado bloqueó Instagram y Telegram para “mantener la paz” según declaraciones de la televisión pública. En tanto, el presidente de EEUU, Donald Trump, tuiteó: “Grandes protestas. La gente

finalmente está sabiendo en cuanto a que su dinero y sus riquezas son robados y malgastados en el terrorismo. Parece que no lo soportarán más. Estados Unidos está luchando muy estrechamente por las violaciones a los derechos humanos”.



Otro fenómeno singular dimana de los comentarios de las noticias en las redes sociales o en los espacios que los diarios y periódicos habilitan para sus lectores. Los llamados “comments” no es otra cosa que comentarios sobre comentarios de los lectores, a tal punto que una interminable catarata de comments termina difuminando el efecto de la noticia. La noticia deja su existencia para dar paso a los comentarios de los comentarios. Con el transcurso de los días, en general, los medios cierran la posibilidad de continuar los comentarios.

Lo toxicidad en marcha

En su gran mayoría las plataformas masivas estiman el contenido en términos de cantidad, a menudo según su potencial de atraer a grandes cantidades de usuarios. “El contenido sirve de carnada para tentar a los interesados en compartir y hablar acerca de piezas musicales, de videos, fotografías, ideas y textos con otros. Se estimula a los espectadores a calificar y cuantificar distintos tipos de contenido, pero también por medio de cookies se rastrean los consumos. Los tuist, y las charlas casuales forman un caudal de datos infinito en el que convergen con los metadatos; así se crea el gran flujo de tráfico que discurre por las autopistas de los medios conectivos. Y el flujo de estos grandes datos constituye el torrente sanguíneo del ecosistema, determinando su vitalidad. Algunos teóricos sostienen que los flujos de datos de los medios sociales tienden a concentrarse en <burbujas de filtrado>. Los usuarios quedan atrapados en los flujos de contenidos de filtrados por las grandes plataformas, por lo que todos terminan viendo la misma información, comprando los mismos productos y viendo los mismos videos. El

contenido carece de valor; es su combinación con metadatos e información de comportamiento y perfil lo que vuelve interesante al recurso de la conectividad para los analistas de datos y especialistas en comercialización" (Van Dijck, 2016, 261).

Tomó estado público la toxicidad de la información en las redes sociales. Jack Dorsey (2018, 2), destacado CEO de Twitter reconoció eso y afirmó que "estamos decididos a hacer más seguro a Twitter".

Facebook y Google también están en el ojo de la tormenta por facilitar la manipulación de la información que llega a los ciudadanos.

Dorsey lo asumió públicamente. "No predijimos ni entendimos plenamente las consecuencias negativas en el mundo real. Lo reconocemos ahora. No nos enorgullece el modo en que la gente se aprovecha de nuestro servicio o nuestra incapacidad para responder con suficiente rapidez. Hemos concentrado la mayor parte de nuestros esfuerzos en eliminar el contenido que violara nuestros términos, en vez de construir un marco sistémico para ayudar a alentar un debate, conversaciones y pensamiento crítico más saludables. Este es el enfoque que necesitamos ahora" (Dorsey, 2018, 2).

Es que no resulta fácil detener las acciones maliciosas. EEUU es un ejemplo de esto y se vio de manera clara en la campaña presidencial para las elecciones de 2016 donde proliferaron ataques de trolls de Twitter hacia minorías negras y judías. En principio a los responsables de la empresa les pareció algo fácil de ignorar y que no representaba peligro alguno pero la realidad los obligó a cambiar su postura y a modificar las condiciones del servicio. Un diseñador de San Francisco, Yair Rosenberg, descubrió a varios trolls, entre ellos un racista que se hacía pasar por judío para difamar a los judíos. Su objetivo fue troleear a los trolls. Lo asombroso es que creó un bot² automatizado para Twitter llamado Imposter Buster (Reiventa Impostores) pero fue denunciado en Twitter por los mismos racistas y la compañía se alineó con los trolls y suspendió el bot en abril de 2017. Si bien la decisión se revirtió días más tarde Twitter puso a Imposter Buster en la lista negra de forma definitiva.

Hay casi 7 mil millones de personas en este planeta", dice Jack Dorsey, cofundador de la compañía. "Y estamos construyendo Twitter para todos ellos. Ellos evolucionan, y nosotros también". Medido por el número de personas que se han unido al rebaño, el crecimiento de Twitter es asombroso: un aumento del 370 por ciento en los usuarios desde 2009. "La presión intensa para convertir a Twitter en un negocio rentable, y antes de que aparezca una burbuja tecnológica, es palpable aquí. Y está sucediendo mientras la compañía lucha con un conjunto de preguntas existenciales entrelazadas, empezando por la más básica posible: ¿Qué es Twitter? Inicialmente, la idea era una especie de Facebook adrenalizado, con amigos que se

comunicaban con amigos en breves ráfagas, y de hecho, Facebook se apresuró a tomar prestadas las innovaciones de Twitter para que no se quedara atrás. Pero a medida que Twitter creció, finalmente quedó claro para el cerebro de Twitter que la analogía relevante no era una red social, sino un sistema de transmisión, el nacimiento de un tipo diferente de televisión".³

Pero Twitter siguió avanzando y hacia fines de 2008 implementó los trending topics o tendencias y esto permitió a los usuarios agrupar los mensajes por temas por medio de frases o palabras precedidas por el signo numeral o hashtag (#). Los cambios a su arquitectura no se detienen y a esta altura ya es conocido el direccionamiento de la información por medio de sus filtros. Más de 200 millones de usuarios y 180 millones de tuits diarios, una cantidad de datos valiosos para cualquier compañía deseosa de conocer las actitudes y gustos de esos ciudadanos. Parece un hecho que para la comunicación política entendida como el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los actores principales, periodistas, políticos y la opinión pública, el concepto pueblo no existe. Hay un esbozo tibio de hablar de "gentes". Es que el pueblo ya no es tomado como un concepto homogéneo, sino más bien a partir de historias singulares y de aquí se sigue que sobre todo en la red estamos en presencia de un mapa variopinto de minorías que hacen sentir cada vez con mayor fuerza sus posiciones y reclamos. Pensemos, por ejemplo, en las recientes marchas en Argentina respecto a qué posición tomar frente al Proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo. En la misma dirección, las gestiones para solucionar problemas que afectan a la sociedad por medio de plataformas como change.org

Pero insistimos con esta idea central, cual es que la ciudadanía no tiene hasta el momento una comprensión profunda de la relación entre redes sociales y poder. Quizás la ciudadanía no sepa de qué se trata el poder y también puede llegar a ser cierto que tampoco la ciudadanía sabe cabalmente el poder que encierran las redes sociales.

Todos los aportes serán necesarios, porque el cambio es tan profundo como la incertidumbre y donde el control ya supone la restricción de las libertades individuales y colectivas.

Bibliografía

Dorsey, J. (2018) "¿Nosotros creamos este monstruo? Cómo Twitter se volvió tóxica". Diario La Nación.

González, G. (2017). *Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública. Definiciones, conceptos e investigación de campo*. Gustavo Fabián

González. Compilador. Ediciones de Periodismo y Comunicación (EPC). La Plata. 2017”.

Mainetti, J.A. (2008). “El complejo bioético: Pigmalión, Narciso y Knock”. *Revista Latinoamericana de Bioética*, Vol 8 Nro 2 Ed 15 p. 30 – 37. Disponible en:

<http://delderechoreves.com.ar/wp-content/textos/Mainetti-Pigmalion-Narciso-Knock.pdf>

Riorda, M. (2017). “Redes sociales para gobernar”, en

<http://www.perfil.com/elobservador/redes-sociales-para-gobernar.phtml>

Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá)*. Editorial Gedisa. Barcelona.

Van Dijck, J. (2016) *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires. Editorial Siglo XXI.

@realDonaldTrump (2017). “Big protest in Iran. Teje people are finaly getting wise to how their and wealth is being stolen and squandered on terrorism. Looks like they not take it any lomger. The USA is watching ver closely for human rights violations!”.

Notas

¹ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=UEYy3osi8Gs>

² Un bot (aféresis de robot) es un programa informático que efectúa automáticamente tareas repetitivas a través de Internet, cuya realización por parte de una persona sería imposible o muy tediosa. Algunos ejemplos de bots son los rastreadores web de los motores de búsqueda de Internet.

³ Hagan, Jaen. Tweet Science. En <http://nymag.com/news/media/twitter-2011-10/>