

INFORME ESPECIAL

Redes sociales ¿un espacio para la disidencia o el autoritarismo?

Viernes, 20 de septiembre de 2013

La construcción de ciudadanía está relacionada a los individuos que participan en el debate público. De acuerdo a Cheresky, específicamente a “la vida asociativa política y político-social”¹. Esta definición está íntimamente ligada a la concepción de ciudadano que se reconoce en los asuntos de interés público y los permea, aunque incluso solo suceda en la emisión de sus opiniones. Esta potencialidad de comentar lo que afecta su entorno construye la opinión pública. Su relevancia como objeto de sondeo para los líderes políticos ha sido re-actualizada en las redes sociales tal y como se ha patentizado en las últimas campañas electorales en el continente.

La injerencia de la opinión mediática es variable en cada sociedad, pero lo que es común es el acceso de forma directa a la información política y al espectáculo público, lo que permite un espacio de deliberación, antes delimitado y reducido para actores políticos, un espacio de intercambio entre la sociedad y el Estado (Habermas, 1996). Las redes sociales se asocian entonces como la nueva ágora de interacción social, principio de activismo, participación redomada en el debate público, pero también plataforma de lo efímero de su representatividad.

Los datos estadísticos muestran cifras insólitas de esta posibilidad de acceso a la posibilidad de opinar en términos de movilidad y bajos costos -claro está con el lenguaje de lo lúdico y efímero-. México, con casi 15 millones, se ubica entre los países latinoamericanos con mayor penetración de Facebook, luego de Brasil, Chile y Venezuela (El Universal, 2011). Estos también son los países que lideran el mayor número de tweets en América Latina (Next Generation On Line, 2010). El Ecuador muestra un crecimiento en el último lustro y cuenta con alrededor de 5,5 millones de usuarios a nivel nacional según el INEC (Andes, 2011). Sin embargo, ¿qué involucra esta posibilidad de acceso, cómo se construyen los usuarios de las redes sociales?

¹ Cheresky I., La ciudadanía, la opinión pública y los medios de comunicación. Ciudadanía y política en la Argentina de los 90. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/lasa98/Cheresky.pdf>

Según Martín Hopenhayn, las redes sociales no fomentan consensos, por el contrario, evidencian una comunidad necesitada de sobre-exposición del yo e insuflada en el voyeurismo. Este analista indica que hay una caída del hombre público debido a su reflejo narcisista (Hopenhayn en Barbero, 1999). Twitter responde a las necesidades de un sujeto individual en un gesto de simulacro aparentemente dirigido al otro, pero que en realidad se destina hacia sí mismo. Aquí la identidad se afianza en la ilusión de pertenecer a una comunidad gregaria de intereses mutuos, ya que la interacción con diferentes actores es un hecho fundamental para la articulación del sujeto en el entramado social de cualquier organización política (Blumer, 1982).

En ocasiones, las opiniones y mensajes en redes como Twitter muestran la disconformidad o proyecciones individuales sobre momentos políticos que suceden en aquel instante y fugan con la inmediatez con que son emitidos (Casas, 2013) porque escasamente modifican o desnivelan la situación de representatividad política. Su gesto es especulativo, porque busca su autosatisfacción en la visibilidad y seguimiento del otro. En un sondeo de Pear Analytics se concluye que el 40.55% de los tuits son “balbuceos sin sentido”, 37.55% son conversaciones, 8,7% carecen de valor; 5.85% son auto-promocionales; 3.75% spam y solo el 3.6% son noticias.

La probabilidad de medir y jerarquizar los contenidos de las conversaciones para cuantificar su incidencia en el debate público es intangible. Los estudios sobre las redes sociales carecen de rigurosidad científica y en su movimiento constante no producen las evidencias necesarias para medir la magnitud del fenómeno (Luis Torres Nabel, 2013), sin embargo nos permiten inferir sobre sus campos de acción e incidencia en los modos elocutivos de generar opinión pública.

La red y la calle

Internet genera la posibilidad de esferas públicas alternas (Castells, 2008, 2009), donde pervive un conjunto finito de actores y de relaciones definidas sobre ellos (Wasserman, 1995), cuya interacción también produce consecuencias y activismo fuera de la esfera. La pregunta aquí es saber cuáles son los elementos adicionales que, sumados a una presencia activa en redes sociales, hacen que un colectivo se manifieste físicamente en las calles, es decir que las esferas públicas alternas converjan con las más tradicionales.

En 2009 en las elecciones intermedias de México el movimiento “anulista”, en sus diversas expresiones -“Voto nulo”, “Esperanza Marchita”, “Anula tu voto”, etc.), usó

Facebook como su principal plataforma para evidenciar la desilusión y desconfianza ante el proceso electoral y un abanico político en el que la gran parte de los ciudadanos no se veían representados. En el mismo año, en otra región del mundo, las redes sociales fueron un vehículo de protestas ante las elecciones iraníes. Las esferas públicas alternas han sido ejes del foro de discusión, denuncia y participación en conflictos en Egipto, Siria, y derroteros de debate público ante decisiones legislativas de diferentes gobiernos.

La influencia de las redes sociales es también aprovechada de parte de las instituciones estatales con propósitos de control, de modo que esto contribuye a su carácter paradójico: fomentan la libertad de opinar masivamente, pero por esa misma razón están cada vez más expuestas a la censura y la cultura del miedo. En temas de seguridad pública, la policía de Richmond en EEUU, utiliza estas plataformas para detectar reuniones y fiestas de concentración masiva con el fin de adoptar medidas de prevención de delitos (Economist 2010). Esto también nos hace reflexionar sobre el enorme poder que ostentan organismos de control si esta información se canaliza como objeto de observación y registro de las actividades que cotidianamente cumplen sus usuarios.

El político no sabe tuitear

Si bien los medios de comunicación masivos tradicionales han contribuido a consolidar imaginarios –narrativas- de identidad regional, ciudadana, e incluso local (Barbero, El miedo a los medios), por su parte las redes sociales han ido más allá: aportan a la creación de narrativas de reconocimiento y pertenencia, exponen la multiculturalidad y polarizan la construcción de referentes de identidad. Esto ocurre porque en las redes sociales el emisor es mucho más diverso que lo que solía ser en medios tradicionales como la radio y la televisión. Las redes sociales posibilitan la emisión de criterios que se difunden, amplifican u oscurecen en el entramado vertiginosamente creciente de Internet, y desde esa instancia también crean opinión pública.

La ausencia de un emisor central, para el caso de las redes sociales, permite construir la opinión desde puntos periféricos. La investigadora María de la Luz Casas define a Twitter como un “no espacio”, este no lugar potencia los puntos de vista divergentes. El poder y medios han estado históricamente habituados a ocupar un rol central en la emisión de discursos que lleguen a la audiencia, sin embargo, al carecer la red de un centro, los representantes del poder oficial no logran habituarse a esta situación, no se sienten cómodos porque no logran identificar cuál es la voz protagonista de una posible crítica. Es entonces, que esta esfera genera

posibilidades a los sujetos que interpelan desde cualquier espacio físico del globo, y los reúne en una plataforma virtual de diálogo y debate.

La participación de diferentes actores sociales es necesaria como búsqueda de producción de sentido en una sociedad (Blumer, 1982); pero si las entidades políticas utilizan las redes sociales como canales meramente enunciativos y unidireccionales, el sentido se vacía. El político no sabe tuitear, y deja las respuestas de mensajes a sus asesores porque está harto de recibir insultos (Trecho, 2010).

Por eso, el uso principal de los políticos en las redes sociales se verifica en épocas de campaña, como ampliamente lo comprobamos en las últimas elecciones, donde el oficialismo utilizó una propaganda agresiva y sostenida para perpetuarse, y no para ejercer la interacción o crear espacios de diálogo. Iván Garzón, director del programa de Ciencias Políticas de la Universidad de La Sabana sintetiza: "Las cuentas oficiales, gubernamentales y de personajes políticos, tienden a ser meramente propagandísticas. Y ahí se pone en entredicho su influencia en las mismas redes, porque el componente de interacción es muy precario"².

Debemos entender que el poder no le teme a las redes sociales sino a todo lo que escapa de su control. Y las redes sociales se configuran como uno de los últimos derroteros de libertad de expresión para la opinión pública. Son emblemáticos ciertos intentos oficiales de desvirtuar el derecho a ejercer la opinión de los ciudadanos, como la desconexión de Internet mientras se producía el conteo de votos en las últimas elecciones en Venezuela, y las desatinadas intervenciones del secretario jurídico de la presidencia, Alexis Mera, que busca penalizar la injuria en sitios como Twitter o Facebook.

Si el Presidente de la República decide protagonizar una persecución contra determinado periodista, lo hace en un proceso normal de identificación, pero ¿cómo se puede combatir contra una red que interactúa a una velocidad insospechada, inconmensurable e identificar a las voces que desataron la crítica y discusión? Ante la impotencia de distinguir, este gobierno ha encontrado el modo de, por lo menos individualizar, a quien insulta a la majestad presidencial. Ciudadanos como: Henry Alcívar, Félix Macay y Sandra Quintana fueron denunciados ante la SENAIN para ser investigados por proferir improperios o acusaciones. Sobre el primero, dijo

² Ortiz, J. & Naranjo, S. *El Congreso no vive en el país de las redes sociales*. Disponible en: http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/el_congreso_no_vive_en_el_pais_de_las_redes_sociales/el_congreso_no_vive_en_el_pais_de_las_redes_sociales.asp

Correa: “SENAIN: favor investigar a este malcriado que insulta al Presidente con licencia”³. Sus cuentas ya no figuran en la red.

La estrategia de los “desobedientes civiles” para deslegitimar

Las redes sociales han promovido acciones públicas y manifestaciones contra el poder en varios caminos del mundo. Las marchas a favor de proteger el Yasuní son un ejemplo de su poder de convocatoria y la congregación de diversos actores sociales. Tom Hayden, activista pacifista norteamericano, recuerda estrategias que históricamente utiliza el poder para perpetuarse y combatir el disenso: acusar a los participantes en manifestaciones de marginados, desobedientes civiles, violentos, desestimar su número y crear fricciones internas. Esto intenta mostrar a los manifestantes como grupos no representativos, deslegitimar a una parte de la población crítica e invisibilizar su acción. Inferimos entonces que las estrategias mediáticas en las redes sociales deben estar acompañadas por proyectos políticos alternativos.

La constante discusión sobre regular la injuria en las redes sociales –no contemplada en la Ley Orgánica de Comunicación–, y la advertencia de quitarles el cupo a los estudiantes de colegios públicos que salgan a protestar, muestra el temor que generan estas plataformas como terreno instaurado de construcción de la opinión pública disidente, y espacio discursivo desde la polarización de sus voces que afecta al poder central con actos concretos. Sin embargo, quedan planteadas las siguientes interrogantes: ¿las tecnologías son suficientes para un cambio estructural? ¿Qué alcance tienen estas redes? ¿Pueden generar una respuesta y movilización contundente contra el poder?

Entendemos que se debe estudiar y sistematizar toda información y experiencias que arrojen las redes sociales, y generar contenidos que produzcan debate y amplificación de la opinión pública. Es también una tarea nuestra reinventar el discurso comunicativo en estas esferas y explotar recursos retóricos para potenciar su alcance.

³ Martí, R. A Correa nadie le tose en Twitter. Disponible en: <http://www.abc.es/internacional/20130126/abci-ecuador-twitter-201301251953.html>