

Redes sociales: ¿el inicio de una revolución democratizadora?

*Alberto Herrera Aragón**

El objetivo de este trabajo es explorar en qué medida la aparición de las redes sociales ha fortalecido el debate democrático en las sociedades contemporáneas. Consciente de que es un tema de difícil agotamiento en un ensayo de extensión limitada, me propongo aportar algunas claves que ayuden a valorar en su justa dimensión la relación entre democracia y tecnologías de la información, y brindar ejemplos que permitan identificar la forma en que las redes sociales y las plataformas virtuales han generado cambios en las relaciones de poder.

La era de las tecnologías está llena de mitos. Hay quienes opinan que con la llegada del internet a la vida cotidiana de las personas, las relaciones de poder se han horizontalizado y la acción ciudadana ha logrado hacerse de herramientas efectivas de incidencia en los asuntos públicos. Hay también quienes consideran que las redes sociales, como espacio virtual de conversación desregulada y multitudinaria, han generado una suerte de “anarquía” en el flujo de la comunicación.

Recuerdo la forma en que el brillante cronista y reportero de investigación de *The New Yorker*, Jon Lee Anderson, mencionó en una conferencia en la Ciudad de México que debíamos considerar que “tener un celular no te hace periodista” y que estaba cansado de la forma en que las redes sociales habían tornado la dinámica comunicativa en un desorden incontrolable. “Si en esta conferencia entrara un loco y comenzara a gritar, evidentemente alguien lo callaría y lo sacarían del salón. Eso no se puede hacer en *Twitter*”, mencionó, claramente molesto.

* Maestría en Periodismo y Asuntos Públicos; Centro de Investigación y Docencia Económicas.

Lo cierto es que las redes sociales han llegado a cambiar la forma en que las y los ciudadanos, las autoridades y hasta las empresas, se comunican e interactúan. En este texto analizaré si los medios virtuales tienen posibilidades reales de incidir en los asuntos públicos; vale por lo pronto asegurar que la llegada de Twitter, Facebook, MySpace, YouTube y otras plataformas similares, ha modificado la forma en que se conciben y procesan los ciclos de atención pública, los estándares de transparencia y rendición de cuentas, y la participación ciudadana directa.

La era de las tecnologías: ¿un cambio en las relaciones de poder?

Según Manuel Castells, el poder “es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder”¹. Esa capacidad se construye por medio de diferentes vías; una de ellas, es la instalación de discursos y narrativas que, a través de su dimensión simbólica, favorecen o no la legitimación de una práctica.

En ese sentido, la comunicación y la forma en que ésta se despliega tienen un alto componente transformador en las sociedades. Esto resulta particularmente interesante en una era en la cual la liberalización de las comunicaciones ha permitido que cualquier persona que tenga a la mano un dispositivo tecnológico económico y acceso a internet pueda contar su historia y, por lo tanto, producir símbolos propios. Sin embargo, es preciso analizar si esta dinámica ha generado una verdadera transformación en la construcción de los discursos hegemónicos y en la forma en que se generan las “tendencias” (*trendings*) en el mundo virtual.

Podemos obtener una pista importante del estudio realizado por Joanna Redden y Tamara Witschge, en el cual analizan la forma en que fueron reportadas cinco historias en doce medios británicos

1 Castells, Manuel, *Comunicación y poder*, traducción de María Hernández. Ed. Siglo XXI, México D.F., 2012, pág. 33.

tradicionales o dominantes de comunicación, tres medios alternativos y cinco redes sociales o motores de búsqueda en internet².

Las conclusiones de este breve estudio son abrumadoras: de las 60 historias reportadas en medios tradicionales o dominantes (cinco historias por doce medios), únicamente en catorce la mayor parte de sus textos eran distintos a los publicados en otros medios. Es decir, en el 77% de los textos publicados, el contenido de las historias era muy homogéneo. Por otro lado, los medios alternativos de comunicación – entre los cuales se encontraban OpenDemocray, IndyMedia y Current TV – sí construyeron versiones y ángulos distintos. Los contenidos que reportaron relacionados con las historias en cuestión, fueron limitados pero, en su mayoría, únicos. Aun así, el alcance de audiencias que estos medios tienen es limitado si los comparamos con el de los medios tradicionales o dominantes. Por último, la forma en que se comportaron los motores de búsqueda y los contenidos en las redes sociales objeto del estudio fue sumamente esclarecedora. En su mayoría, estas herramientas digitales replicaron los contenidos reportados por los medios tradicionales de comunicación.

La conclusión que podemos extraer de esta pieza de investigación de Redden y Witschge es que el surgimiento de medios alternativos de comunicación y de redes sociales virtuales no ha redundado en la generación de discursos y narrativas diversas que tengan un alcance considerable. Por el contrario, la información existente en la arena pública de discusión (ya sea en medios digitales o impresos) es fundamentalmente homogénea y construida desde las salas de redacción de los medios dominantes. En ese sentido, el surgimiento de estos nuevos modelos de comunicación no ha abonado, de manera sustantiva, a un cambio de las relaciones de poder a partir de la producción plural de discursos.

2 Fenton, Natalie, *New Media, Old News. Journalist & Democracy in the Digital Age*. Sage Publications, India, 2010.

¿Horizontalidad o monopolización de los discursos en la era digital?

Hemos ya explicado que la existencia de plataformas digitales no necesariamente implica una mayor diversidad de contenidos en el flujo masivo de comunicación. Las narrativas continúan creándose, mayoritariamente, en aquellos medios que hemos llamado dominantes o tradicionales. Es momento, entonces, de preguntarse si la era digital nos está llevando hacia una mayor horizontalidad o hacia una agudización del monopolio de las narrativas y la producción de discursos.

Para responder a esta interrogante, habremos de mirar el fenómeno desde dos ángulos distintos: por un lado, explicando el funcionamiento de plataformas que han permitido – a su escala y en su dimensión – que personas inicialmente anónimas hagan trascender acontecimientos que, de otro modo, seguramente hubieran pasado desapercibidos; por el otro, la dinámica de concentración de la propiedad de la industria de producción y circulación de contenidos en la web.

En una era en que las herramientas virtuales han generado una enorme diversificación de canales para hacer circular la información, sería natural pensar que la propiedad de las empresas encargadas de producir y difundir contenidos correría la misma suerte. Si esto fuera así, podríamos considerar que la tendencia es hacia la desmonopolización de los discursos y, por lo tanto, hacia una mayor horizontalidad en las relaciones de poder. Sin embargo, parece que la realidad es distinta.

En su libro *Comunicación y poder*, Manuel Castells hace referencia a la primera edición (1983) de la obra de Ben Bagdikian, *The Media Monopoly*, en la cual fueron identificadas 50 empresas que dominaban el mercado estadounidense de los medios de comunicación. En sucesivas ediciones, Bagdikian muestra que ese espectro se iba reduciendo: a 29 empresas en 1988, 23 en 1990, diez en 1997, seis

en 2000 y cinco en 2004³. Esta misma tendencia puede observarse en todo el mundo. Por ejemplo – dice Castells – en 2006, Disney, Time Warner, NBC Universal, Fox Studios (NewsCorp) y Viacom representaban el 79% de la producción cinematográfica y el 55% de la distribución mundial⁴.

Si nos atenemos a estos datos, podemos concluir que el nivel de concentración y monopolización de la producción de contenidos – y, por lo tanto, de discursos y símbolos – se ha agudizado de manera muy importante en los últimos años. Aun así, existen muestras claras de que las y los ciudadanos, hoy en día, tienen mayores oportunidades para hacer que sus historias trasciendan y logren influir en quienes toman decisiones en un sistema democrático.

Uno de los ejemplos más llamativos a este respecto es el funcionamiento de la plataforma de peticiones en línea Change.org. Esta empresa social fue creada por Ben Rattray en el año 2009; al día de hoy cuenta con más de 53 millones de usuarios y oficinas en 18 países alrededor del mundo. Su misión es hacer que cualquier persona pueda lograr cualquier cambio en cualquier parte del mundo. Para lograrlo, cuenta con un equipo de ingenieros y especialistas en campañas que ponen a disposición de las personas la posibilidad de abrir una petición en internet para lograr cambios. Se han abierto peticiones en Change.org para pedir a las autoridades locales de una comunidad que arreglen los baches de una calle o para exigir modificaciones a la Constitución de un país.

Mediante este mecanismo, las y los usuarios de Change.org recolectan firmas difundiendo la petición en distintos medios (principalmente en sus redes sociales) para así llamar la atención de quienes pueden llevar a la realidad los cambios solicitados (tomadores de decisiones). Change.org funciona como una especie de megáfono de las causas sociales que identifican las personas afectadas por un

3 Castells, Manuel, *Comunicación y poder...* pág. 113.

4 Ibidem.

fenómeno o que han sabido sobre él. Estas plataformas funcionan como habilitadores: permiten que las personas cuenten sus historias, inicien sus propias campañas y generen perímetros amplios de solidaridad. El hecho de que cualquier persona pueda abrir una petición en línea pone en cuestión el cuasimonopolio que distintas entidades tienen para la identificación de las problemáticas sociales que deben ser consideradas como relevantes y, por lo tanto, como prioritarias para la atención.

Es así como podemos apreciar un fenómeno de dos vías: por un lado, la progresiva monopolización de la producción de contenidos en la era digital nos hace pensar que poco han servido las herramientas tecnológicas para democratizar la generación de discursos; por el otro, el surgimiento de plataformas abiertas, creadas para hacer trascender las historias que de otra forma permanecerían en el anonimato. Esto nos permite vislumbrar un ángulo importante en el que las redes sociales pueden estar contribuyendo con el fortalecimiento de la democracia y con la horizontalización de las relaciones de poder.

¿Quién cuenta las historias en la era digital?

La producción de discursos es una tarea fundamentalmente subjetiva. Cada individuo o colectivo de individuos relacionados, utiliza códigos distintos para narrar las historias que le parecen relevantes. Como hemos señalado ya, la capacidad de generar narrativas constituye una dimensión importante del poder y, en consecuencia, de las prácticas asociadas a él. Para comprender la forma en que las redes sociales han contribuido al fortalecimiento de la democracia, es preciso analizar las diferencias en la producción de contenidos de grupos de personas que cuentan con un papel diferenciado en los escenarios de poder, así como las posibilidades reales que tienen o no para detonar tendencias en los discursos hegemónicos.

Tomemos, como ejemplo, un hecho concreto, una coyuntura: el primero de diciembre de 2013. Ese día se cumplió un año desde que el presidente mexicano, Enrique Peña Nieto, asumió la presidencia. Era previsible que en esta fecha y con antecedentes importantes de oposición social a su administración, las movilizaciones sociales en las calles de la capital y el debate público en las redes fueran álgidos, por decir lo menos.

En las calles, ciertamente, la expresión fue multitudinaria. El Zócalo de la Ciudad de México lucía repleto de personas que se oponen a la llamada reforma energética (una propuesta de modificación constitucional que permitiría a la iniciativa privada celebrar contratos relacionados con el sector petrolero); un grupo de jóvenes identificados con el emblema del movimiento #YoSoy132, que irrumpió durante las últimas elecciones presidenciales, caminó desde el Ángel de la Independencia para manifestar su desacuerdo con distintos aspectos del actual gobierno federal y capitalino; una marcha de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE), que desde hace meses exigen el replanteamiento de la política educativa en México, avanzó también por las calles de esta ciudad, entre otras movilizaciones. Las expresiones sociales fueron intensas.

En el ámbito de las redes sociales cada quien habló de lo que en mayor medida le afectaba o le parecía relevante. En las siguientes gráficas, se evidencia la forma en que los distintos sectores dieron relevancia a diferentes temas durante esta jornada.

Las imágenes fueron generadas con la herramienta *#México en 140* – creada por *Ethos, Laboratorio de Políticas Públicas*. El tamaño de los círculos representa la cantidad de menciones que cada actor hizo de las palabras ahí expuestas, a las 18:36 horas del primero de diciembre de 2013.

Imagen 1. Palabras utilizadas con mayor frecuencia en Twitter (senadores).



Imagen 2. Palabras utilizadas con mayor frecuencia en Twitter (diputados).



Imagen 3. Palabras utilizadas con mayor frecuencia en Twitter (líderes de opinión).



Imagen 4. Palabras utilizadas con mayor frecuencia en Twitter (Poder Ejecutivo).



Como podemos apreciar, la mayor cantidad de menciones de las y los senadores estuvo centrada en la palabra “AMLO”, que son las iniciales de Andrés Manuel López Obrador, el ex candidato presidencial de la izquierda mexicana en las últimas dos elecciones y principal líder del movimiento que se opone a la reforma energética presentada por el presidente Peña Nieto. Podemos deducir que la razón por la que AMLO tuvo tal cantidad de menciones por parte de los senadores es que este personaje anunció que llamará a cercar el Senado de la República en la búsqueda de que no sean aprobadas las modificaciones constitucionales en cuestión.

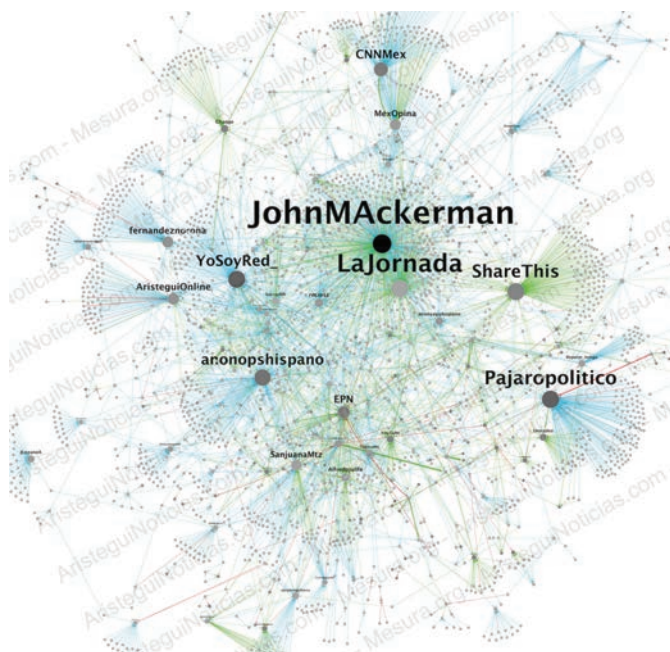
Por otro lado, las y los diputados, a pesar de tratarse de colegas legisladores de las y los senadores, tuvieron prioridades distintas. Sus menciones en Twitter estuvieron centradas en las palabras “México”, “reformas” y “Zócalo”. ¿Las razones? Difícil saberlo con exactitud, pero muy probablemente se relacionan con el gran mitin que tuvo lugar en el centro de la Ciudad de México, con la discusión aguda que hay en este momento por las reformas legales que Peña Nieto ha impulsado y por una fecha en la que el Presidente de México debe rendir cuentas por su desempeño.

Las personas líderes de opinión voltearon a ver otros temas, u otros ángulos de los mismos temas. Ciertamente figura también la palabra “Zócalo” como parte de los términos con mayor cantidad de menciones; sin embargo, aparecen otros no utilizados – o utilizados escasamente – por los demás grupos representados en las imágenes. Tal es el caso de las palabras “anarquistas”, “marcha” y “mitin”. Es evidente que este grupo de personas mantenía su atención centrada en lo que sucedía en las calles de la Ciudad de México, en particular ante el riesgo de una respuesta represiva como la que el gobierno federal y capitalino generó un año atrás.

Quizás el caso más esclarecedor es el del Poder Ejecutivo. Las palabras más utilizadas en este día de protestas fueron “México” – en clara alusión a los avances que el gobierno considera se han dado en este último año en el país – y “#FacturaElectrónica” – en referencia a una medida fiscal de próxima implementación. Mientras las marchas transitaban por las calles del Distrito Federal, el Presidente de México y su gabinete hablaban de otros temas.

Independientemente del juicio que podamos hacer sobre la aparición o no de determinados asuntos en las menciones de Twitter de cada grupo analizado, lo que interesa para efecto de este trabajo es reafirmar que una misma historia, en un mismo momento, puede ser mostrada en mayor o menor intensidad y a partir de una enorme diversidad de narrativas, de acuerdo con el sujeto que la cuenta.

Habiendo llegado a esta conclusión sobre el carácter profundamente subjetivo que tiene la construcción de discursos en las redes sociales, es ahora pertinente preguntarnos quiénes son los actores que generan tendencias y que, por lo tanto, tienen mayores posibilidades de establecer agenda e incidir en los asuntos públicos. Para responder a esta pregunta, tomaremos el estudio realizado por el sitio de internet Aristegui Noticias junto con Mesura, una firma especializada en el desarrollo de tecnologías vinculadas a las redes sociales. Esta investigación buscaba explicar la forma en que se había proyectado en las redes sociales uno de los temas más álgidos de la agenda pública nacional: la reforma energética. Sin detenernos en cada una de las conclusiones del estudio, es de resaltar la claridad con la que sus realizadores logran proyectar la creación de nodos en Twitter, a partir de los actores que marcan tendencia. En la siguiente gráfica, obtenida del estudio, se puede apreciar con claridad el fenómeno mencionado. Cada uno de los puntos que aparecen en la imagen representa cuentas de Twitter desde las cuales se interactuó, en un rango de tiempo dado, sobre la reforma energética. Más allá de las múltiples interpretaciones que se pueden extraer de esta gráfica, me interesa resaltar el factor de la concentración de interacciones que genera tendencias.



Como podremos observar, ninguno de los actores principales que aparecen en la imagen son individuos “anónimos” o desconocidos. En el caso de los medios de comunicación, todos ellos son personajes que de por sí representan corrientes de pensamiento o que cuentan con amplias audiencias. John Ackerman es un conocido y polémico jurista, miembro del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Al día de hoy, su cuenta de Twitter tiene 114.490 seguidores. La razón por la que Ackerman tiene una presencia tan importante en este retrato de interacciones en Twitter es que horas atrás había publicado en el diario nacional *La Jornada* una columna controvertida sobre la reforma energética y el movimiento estudiantil #YoSoy132. Esta columna, al día de hoy, ha sido compartida 2.330 veces en Facebook y 7.045 veces en Twitter. No resulta extraño, entonces, que la cuenta de Twitter del diario *La Jornada* aparezca como segunda con mayor presencia en este mapa. Las demás cuentas relevantes corresponden a medios dominantes de comunicación (Aristegui Noticias y Pájaro Político) o a colectivos y activistas conocidos (Anonymus y YoSoyRed). Es decir, la comunicación a través de las redes sociales continúa creando tendencias y discursos hegemónicos a partir de las voces que ya de por sí, tienen foro y audiencia.

¿Dónde quedó entonces la promesa de que las redes sociales permitirían democratizar la comunicación y las narrativas? Al parecer, la capacidad que cualquier individuo con conexión a internet tiene de contar su historia, no significa que ésta tenga posibilidades reales de trascender. Para hacerlo deberá ser tomada por alguno de los actores principales que tienen la potencia e influencia comunicativa suficiente para convertir esa historia en una tendencia; de lo contrario, se perderá en el mar de información del universo virtual y se quedará en el anonimato.

Hemos visto, por un lado, cómo los contenidos que circulan en las redes sociales dependen de la subjetividad de quienes los producen y, por el otro, que quienes pueden generar tendencias temáticas en las redes sociales son personajes que, desde siempre, han tenido esa

capacidad, aunque por otras vías (en los medios de comunicación tradicionales, en la academia, en foros políticos, entre otros). Entonces ¿de nada han servido las redes sociales en el impulso del paradigma democrático y en la transformación de las relaciones de poder? Veamos si en las técnicas de presión ciudadana podemos encontrar algunas pistas al respecto.

Las redes sociales como herramienta de transformación

Ya hemos citado el caso de Change.org como un ejemplo de herramientas virtuales que pueden ayudar a hacer trascender la voz de personas que, en principio, no tienen acceso directo a los medios tradicionales de configuración de la agenda pública. Sin embargo, la dinámica que las redes sociales han permitido establecer entre el poder público y la ciudadanía va mucho más allá.

En principio, debemos reconocer en las redes sociales una especie de escaparate donde las prácticas que interesan a la gente se transparentan sin una intervención directa de personas o instituciones que pudieran obstaculizarlo. No es casual que los gobiernos – e, incluso, las empresas – estén creando áreas especializadas en manejo de redes sociales, lo cual confirma que lo que ahí se dice, les importa. Este componente es fundamental para el ejercicio de rendición de cuentas necesario en toda democracia. Al final, el espacio virtual funciona como una especie de plaza pública frente a la cual se deben dar explicaciones, defender posturas o, incluso, reconocer errores.

Por otro lado, la arena virtual ha sido uno de los principales instrumentos para las estrategias de “avergonzamiento” o *shaming*, como muchos autores han llamado al fenómeno de presión que se ejerce en contra de un gobernante cuando éste no se comporta de acuerdo con un criterio normativo o axiológico dado. ¿En qué consiste esta técnica? El investigador Alejandro Anaya lo define como “la denuncia pública y explícita de la existencia de una brecha entre el comportamiento de un gobierno y las normas aceptadas por [un]

grupo o la comunidad”⁵. El efecto principal del *shaming* es situar al personaje responsable de la acción en un estado de cosas en el que su reputación y honorabilidad está en juego y depende de la corrección de sus actos.

Por último, las redes sociales han permitido ampliar el espectro de actores capaces de detonar el despliegue de los ciclos de atención pública. Si bien hemos dicho que los nodos producidos en las redes sociales nos hablan de una concentración similar de poder en quienes tradicionalmente han establecido las narrativas predominantes, también es cierto que la posibilidad de que la voz de una persona “anónima” trascienda y se convierta en un elemento de interés para esos espacios es mucho mayor en el mundo virtual. La razón es sencilla: si una persona común produce contenidos que son relevantes para muchas otras personas, ellas los replicarán y podrían producir un efecto “bola de nieve”, que genere una tendencia.

Conclusiones

La era digital ha creado nuevas formas de comunicación y de flujo de información en las sociedades contemporáneas, en particular a partir de las llamadas “redes sociales”. Considerando que el ejercicio del poder se instrumentaliza mediante de distintas vías, entre las cuales destaca la construcción de narrativas y discursos, estos modelos de comunicación y relacionales novedosos tienen un impacto directo en el desarrollo del paradigma democrático y en la concepción de las relaciones de poder.

Las redes sociales han permitido liberalizar en mayor medida el flujo de información, permitiendo que cualquier persona con acceso a un dispositivo sencillo y una conexión a internet pueda proponer sus propios discursos. Esto ha generado una gran cantidad de efectos que tienen relación directa con los centros de poder público y privado. Por ejemplo, la capacidad de las personas para generar perímetros de solidaridad con relación a causas comunes; la posibilidad de

5 Anaya Muñoz, Alejandro, *El país bajo presión: debatiendo el papel del escrutinio internacional de derecho sobre México*. Centro de Investigación y Docencias Económicas, México D.F., 2012.

identificarse con problemáticas ajenas que se describen en la web; el potencial para llevar a cabo técnicas de *shaming* o “avergonzamiento” que obliguen a una autoridad a modificar su comportamiento, y una mayor exigencia de rendición de cuentas cuando se ha cometido un acto considerado reprobable por la comunidad.

En definitiva, esta dinámica nos hace pensar que el surgimiento de las redes sociales ha producido una importante contribución para la democracia; sin embargo, es preciso reconocer algunos rasgos del comportamiento de estas nuevas plataformas de relación virtual, que nos permiten matizar los avances mencionados.

En particular, destaca la creciente concentración de la propiedad de las empresas encargadas de la producción y circulación de información (es decir, de narrativas) en el ámbito digital. De igual forma, el comportamiento de las redes sociales basadas en el fenómeno del *trending* nos obliga a preguntarnos si realmente, al día de hoy, cualquier persona puede lograr que sus historias trasciendan, o si este fenómeno sigue dependiendo de los mismos espacios de poder que antiguamente lo decidían. Por último, es preciso reconocer que el surgimiento de las redes sociales y la diversificación de los canales para la distribución de información en la era digital, no necesariamente ha ampliado la diversidad de los contenidos que fluyen masivamente en el ciberespacio.

Dado lo anterior, podemos concluir que el surgimiento de las redes sociales ha contribuido al fortalecimiento de la democracia en lo que se refiere a la posibilidad de contar con herramientas flexibles, versátiles y fuera de la regulación de los espacios tradicionales de poder, para ofrecer narrativas novedosas y auténticas desde la voz de quienes deben ser escuchados en una democracia: las y los ciudadanos.

Queda aún la enorme tarea de proponer alternativas para modificar las estructuras que concentran la propiedad de los medios de producción y la difusión de la información, de tal forma que la decisión sobre la trascendencia de unas narrativas u otras sobre la realidad, no sea privilegio de unos cuantos que detentan un desmesurado poder.