

Redes Sociales, Canal Reprodutor de las Estructuras Discursivas Hegemónicas de los Medios de Comunicación Masiva

Social Media - A Channel Replicating the Hegemonic Discursive Structures of the Mass Media

Recepción: 07-08-2018
Aceptado: 13-11-2018

LIC. JOSÉ PABLO SALAZAR AGUILAR, MBA

Universidad Internacional de las Américas

San José, Costa Rica

Resumen

Evidenciar a las redes sociales virtuales, como instrumentos al servicio del capital para el posicionamiento, a través de la multiplicación y ampliación de su retórica hegemónica, es el fin de la investigación y, por demás, revolucionario desde la perspectiva teórica. Por supuesto, en los socialmedia interactúan los autores o/y partícipes de esa dinámica que poco se había abordado hasta ahora. El análisis de contenido, el criterio de expertos y técnicos, así como grupos focalizados, permiten un mapa de la comunicación en internet, que hasta ahora se limitaba a explicar la forma como operaban las redes sociales y al comportamiento de consumo de la información. Sin embargo, con esa base estética, se profundiza el fenómeno para concluir que son canales, mediante los cuales el discurso principal y los demás secundarios rivalizan en ese mundo que, a su vez, busca sustituir a la realidad física.

Palabras clave: Redes, sociales, discurso, reproductor, social media.



Abstract

The study aims to expose social media as tools at the service of capital to attain positioning through multiplication and expansion of its hegemonic rhetoric. This goal, in addition, is in and of itself revolutionary from a theoretical perspective. Social media, of course, involve interaction between authors and participants in a dynamics little addressed so far. Content analysis, combined with the criteria of experts and technicians and that of focused groups help map communication over the Internet, so far restricted to explaining how social media operated and the behavior of information consumption. However, on that basis the phenomenon is studied in depth to conclude that these are channels through which the main and secondary discourse vie in a world seeking to replace physical reality.

Keywords: Social, media, discourse, replication, social media.

Introducción

Las redes sociales, como canal reproductor de las estructuras discursivas dominantes, originadas por la maquinaria mediática masiva o/y por los entes sociopolíticos es, desde su misma concepción, un cuestionamiento “a la inversa” del análisis histórico. Este sostiene que las redes sociales existen en un ambiente digitalizado y esto contribuye a “democratizar” la comunicación política física. No es cierto, las redes sociales no son la tribuna política que han planteado los poderes socioeconómicos y políticos a conveniencia, para mantener la dominación de los sistemas y la supuesta paz mundial, desde el localismo de cada nación.

La historia de las redes sociales es bastante reciente. El milenio, que acaba de superar el décimo séptimo periodo, ha consolidado las plataformas sociales como una herramienta de ventas y mercadeo bárbara y, “posiciona” (modismo mercadológico) espontánea y efímeramente los hechos de una realidad creada o imaginada que se puede calificar como pseudoperiodística, como si se tratase de un producto más. Es decir, los medios de comunicación construyen realidades o reproducen hechos, poco o nada importantes, en comparación con los hechos trascendentales para un país, y Costa Rica no escapa de esta mecánica detrás de la cual se encuentra el juego de capitales y su respectiva correlación de fuerzas políticas.

Las redes sociales son para el ser humano un mundo paralelo al físico, a través de las extensiones corporales en las que se han convertido los dispositivos tecnológicos, parafraseando a McLuhan (1996, p. 1), con mayor dependencia de los móviles que cualquier otro. Es el “terreno de juego” de la vida humana en la actualidad, donde se debate sobre una agenda paralela a la de la realidad física. Es algo así una “verdad nominal”, como la define Carlos Gershenson, doctor en Ciencias de la Computación de la Universidad Nacional Autónoma de México, en su curso virtual Pensamiento Científico (2017). Es una verdad creada y anquilosada en las creencias de las sociedades occidentales por los emporios mediáticos, en conjunto con los capitales políticos, los cuales acumulan la riqueza del mundo y, por supuesto, anhelan más. Ese es el fin último al que lleva hoy el control de la comunicación en “la nube”.

Es imperativo conocer el rol de fondo que plantea una comunicación digital y su paralelismo con la física tradicional, o sea, con la comunicación, la cual se ha gestado históricamente desde la radio, la televisión y prensa escrita, a sabiendas de que el futuro se digitalizará en su totalidad a un extremo no conocido. “La nube”, como espacio naciente, carece de control o legislación, ética y moral, es un mundo en el cual, por

ahora, no se conocen límites, donde se puede crear realidad y se está en la capacidad de lapidar a una persona en cuestión de minutos hasta llevarla al suicidio.

Son comunes los denominados delitos informáticos, cuando la internet ha copado la vida con la justificante de dar mayores facilidades: billetera electrónica, compras inmediatas, citas en la clínica al alcance de un clic, entre miles de servicios que se ofrecen por esa vía. Sin embargo, una revolución se puede crear, como la “Primavera Árabe”, desde el aparato político de una potencia; o bien, evitarse en esa misma plataforma, persiguiendo el principio de Maquiavelo “divide y vencerás”, porque segregar es la mejor forma de evitar una acción colectiva y de ahí nace la tendencia a referirse a “minorías”, desde las propias redes sociales.

El escenario es caótico porque se desacredita el régimen de partidos políticos en las sociedades occidentales, al tiempo que dicha plataforma se empodera y se le conceden características de omnipotencia y ubicuidad. No es sensato desestabilizar una realidad en detrimento de otra, cuando no son sustitutivas, por ahora. La dinámica es irreversible y la toma de acciones, en relación con el papel usurpador, que las

redes sociales adquieren frente a la participación ciudadana genuina se torna imperativa.

El portal web del Máster en Dirección de Relaciones Públicas y Agencias de Comunicación, de la Universidad Autónoma de Barcelona (Dussan, 2014, párr. 4) señala:

No hay la menor duda de que hoy, el 80% de los seres mayores a cinco años en el mundo, mantienen un teléfono celular por simple que sea, al menos, el 90% de los usuarios de Internet conoce hasta 4 redes sociales y el 70% participa en una red social [sic].

Esto reitera la cuestión puntual ¿Son las redes sociales canales amplificadores y reproductores de las estructuras discursivas formales, que emiten los medios de comunicación masiva en Costa Rica, sobre acontecimientos de política internacional? Surgen otras asociadas con el patrón contestatario genuino como antítesis de las versiones aparentemente contrarias, las cuales conforman partes del mismo juego mediático y la percepción de los usuarios de redes sociales, desde su condición dual: activa en el uso, pero pasiva en el impacto constante que logran con efectividad.

Este artículo busca evaluar la dinámica de las redes sociales, como Twitter como canal comunicativo amplificador de las estructuras discursivas oficializadas, durante el 2016, casos Brexit (Reino Unido), en junio de 2016; el plebiscito sobre acuerdos de paz (Colombia), en octubre de ese mismo año y el resultado de elecciones estadounidenses, en noviembre de 2016. Estos tres casos son ejemplos concretos de la ruptura de un orden establecido, que se desencadenó en contraposición al discurso de los medios hegemónicos, pero no dejó de responder a otras hegemonías secundarias.

Lograr lo anterior implica las siguientes especificidades:

- Determinar espacial y temporalmente el rol de las redes sociales como canales amplificadores/reproductores acerca de los mensajes oficiales, emitidos desde los massmedia.
- Identificar el patrón contestatario genuino y el supuesto, que adquieren las redes sociales frente al discurso formal.
- Registrar la percepción de los usuarios de redes sociales con respecto al impacto eficaz de sus posturas-discursos.

La vorágine tecnológica, casi caótica, que embiste al ser humano es un entorno beneficioso para la potenciación de las ideas y el debate de estas. Sin embargo, es también terreno fértil para posicionar o reproducir las estructuras discursivas preponderantes en el sistema político-económico costarricense, en conjunto con las posturas supuestamente contrarias. Este escenario último afecta el modelo “democrático” de debate libre de ideas y la discusión con posiciones diversas y múltiples, fundamentales para un régimen sociopolítico como los latinoamericanos.

El análisis del presente fenómeno es integral. Las redes sociales son un medio inmediato para emitir opinión, sin embargo, su alcance y significancia están condicionados. Nunca van a suplantar la dinámica social física y presencial, al menos esa posición determinista está firme en la actualidad en sus diferentes estadios: político, ciudadano, ambiental, deportivo, entre otros. Este análisis se enmarca en una dinámica tan cambiante como digitalizada, cuyas realidades deben ser vistas desde diversas perspectivas: la del observador y la del objeto observado, y su cambio desde adentro, sin obviar la subjetividad mesurada del proceso de observación de las redes sociales, como canal cada vez más protagonista.

Las redes sociales son un “espacio” que puede cumplir alguna de las siguientes condiciones: usurpador, porque sustituye la discusión presencial física; complementario o amplificador pues refuerza el discurso emanado, desde los massmedia o/y contestatario, antagónico al argumento oficializado o que lo pretende ser. Estas categorías se demuestran como una configuración contraria de los análisis técnico-mecánicos que abundan en la literatura actual, los cuales guían el proceso de ventas, publicidad, mercadeo y posicionamiento de una marca o producto.

La sociedad adormecida por la tecnología requiere instrumentos para la construcción de criterio, el cual depare opinión pública y participación ciudadana auténticas, en el sentido crítico de su definición:

El concepto de opinión pública fue desarrollado por el liberalismo a fines del siglo XVIII con el sentido de opinión de los gobernados en torno a la acción del gobierno. Este concepto incluía un elemento de racionalidad, es decir, suponía que la formación de la opinión se basaba en un proceso racional, con la utilización de procesos de análisis intelectual, uso de información y formación de ideas razonadas. La

opinión pública representaba la discusión de los ciudadanos en torno a los asuntos de interés público. (Uriarte, 2010, p. 357).

Por consiguiente, las redes sociales están al servicio de las élites y grupos de poder, cuyas vitrinas son los medios de comunicación masiva o estos aglomerados en emporios locales. Estos se basan, a su vez, en informaciones de conglomerados mediáticos internacionales, cuya línea económica, política y editorial es afín a sus intereses. Por ejemplo, alguna información que lanza CNN es considerada como válida por “La Nación” de Costa Rica, de acuerdo con la concordancia en la visión de la política internacional, basada en el capitalismo y la mundialización.

No existe un discurso igual o similar en la intención de develar el fenómeno acá justificando más que haciendo conjeturas. En la columna de opinión llamada “El año en que chocamos con nosotros mismos”, en el prestigioso portal de The New York Times, se afirmaba, el pasado 11 de noviembre de 2016: “(...) y la prensa —casi toda la prensa— sigue la tendencia, y la incrementa con esa vanidad de creer que contando las cosas definimos las cosas: que según lo que digamos que está pasando pasará tal o cual. En las elecciones estadounidenses el apoyo de los medios a

Clinton era ensordecedor; no sirvió para nada”. (Caparrós, 2016, párr. 9). Esa maquinaria se quiebra justo ahí, con la derrota de Clinton, en noviembre de 2016, con el “No” a la “paz”, en Colombia, y con el “Brexit”, en el Reino Unido.

Donald Trump, el magnate, que había llegado a las primeras elecciones del Partido Republicano estadounidense, gracias a su dinero y al poder de Cambridge Analytics, alcanzaba el anhelado poder, precisamente, cuando todos daban por sentado que la candidata demócrata, Hillary Clinton, sería la primera mujer presidenta de Estados Unidos. La realidad no era la que los medios de comunicación repetían incansablemente, a través de sus redes sociales. En consecuencia, el mundo se preguntaba: ¿Qué pasó? y las salas de redacción trasnochaban con análisis para explicar, con voz temblorosa, argumentaciones vacías.

Se desconoce si el mundo digital engullirá al mundo físico, tal cual lo hizo con las fronteras geográficas. Sin embargo, en la actualidad, es categórico entender los disfraces que pueden colocarse en las redes sociales virtuales, en relación con las redes sociales y políticas de la realidad tangible, puesto que coexisten. No se reemplazan. La paradoja de las redes sociales es que han emulado la realidad física porque en ellas cuasiexisten las ventas, transferencias,

conflictos, relaciones sentimentales, reconciliaciones, *bullying*, robos, suplantaciones de identidad y cualquier otra acción ya conocida en el mundo real. No obstante, se habla de su utilidad, pero no de su disfuncional aporte a la resolución de los grandes problemas mundiales. Quizás las redes sociales no tienen el alcance que se les otorga e incluso su escala es pequeña.

Ante la embestida de ese mundo digital, con planificación y estrategia *a priori*, se puede potenciar y generar una discusión o dialéctica genuina, sobre las realidades físicas y digitales, la cual podría materializarse o prolongarse en las calles. Entonces, una idea determinada permite lograr una idea en las antípodas, dentro del mundo digital, donde pululan posiciones diversas: las oficiales, las opuestas a esas, las que parecen ser contrarias y no lo son; las que resultan “bulla” o distractores y las que ceden ante una posición supuestamente contraria, entre muchas otras.

Por lo anterior, se navega en un mundo desconocido con certeza plena y jamás se logrará esa definición total, porque cuando se crea conocer una determinada arista del problema, ya este no será el mismo, habría cambiado y esa misma suerte puede correr con la presente investigación. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación afectan cada día más la

vida física de la gente y su análisis es una necesidad constante.

Se debe comprender que una red social virtual es una estructura social como tantas otras, y unas son más complejas. Estas pueden ser significativas en la realidad política o de redes políticas de un país. Precisamente, Coz, Fojón, Heradio y Cerrado (2012), señalan que uno de los flagelos de la realidad virtual es la vulnerabilidad de la intimidad:

Los seres humanos, por su naturaleza, son sociables, y la cotidianidad en el uso de internet ha provocado que exporten sus usos y costumbres desde un “mundo real” a un “mundo virtual”. En el caso específico de las redes sociales, su reciente virtualización ha permitido que las redes sociales convencionales sean más accesibles a todo el mundo, permitiendo a los seres humanos comunicarse de una manera global y dinámica. Uno de los grandes retos que se presentan relacionados con las redes sociales virtuales es la protección de la privacidad de sus miembros. (p. 2).

El desarrollo del patrón adaptativo de las redes sociales o, en general del mundo digital frente a la realidad tangible, está en

pleno abordaje, pero carece de debate. Este puede ser considerado una ampliación de la teoría, que ya existe de manera informal, en relación con la crítica, o formal, a partir del matiz técnico mercadológico. Cuanto más cerca se está de la certeza a la certeza de la dinámica digital, más se aleja en su ruta trastornada.

Se desconoce, a ciencia cierta, si lo que pasa en el mundo de los ordenadores y terminales es producto de la vida que pasa ante los sentidos o es a la inversa. ¿Es acaso que se vive en un paralelismo que se intercala sin percatarse o será que continúa y seguirá como dos líneas paralelas que jamás se van a intersecar? Es urgente contestar esas preguntas y conocer cómo ocurre, según la teoría de redes y su análisis sociológico, matemático o computacional, como la interrelación de “nodos”, personas o comunidades virtuales. Por lo tanto, si no existe interrelación, no es red.

La investigación introduce el dedo en la incisión abierta de las redes sociales virtuales y las físicas reflejadas en ellas, con el fin de conocer el grado en que las virtuales son un factor amplificador de los discursos periodísticos oficiales y el efecto de ese patrón de comunicación social en el sistema político, económico e ideológico de Costa Rica. El periodo de análisis se establece en tres momentos específicos,

previos a tres hechos de la política internacional, pero comunicados a la sociedad costarricense mediante las redes sociales (Twitter), desde perfiles de medios de comunicación masiva o/y líderes de opinión o “influenciadores”. Como consecuencia, las redes sociales pierden el carácter de canal contestatario genuino, como se le ha etiquetado, al extremo de considerarlas la “catapulta” de las revoluciones presentes y futuras.

Metodología

El enfoque de la investigación madre es cualitativo, específicamente, teoría fundamentada de diseño constructivista, con miras a explorar el fenómeno de las redes sociales como reproductor de los mensajes emitidos por los grupos de poder de una sociedad determinada, puntualmente Costa Rica. Por tanto, la teoría se desarrolla en amplitud, en favor o en contra: la forma como se da esa reproducción o multiplicación de contenidos, el proceso a través del cual el usuario activa esa tendencia y la motivación de este, para mecanizar la estructura discursiva.

El método utilizado permite la construcción de un ala teórica en dos vías: una tesis en favor de lo planteado, pero aún no está constatada de manera empírica; otra

contestataria al abordaje tradicional que se le aplica a las redes sociales.

La teoría constructivista contiene varios diseños: sistemático, emergente y constructivista. Esta investigación se acopla al último diseño, porque considera un análisis interrelacional entre las categorías surgidas de los datos relevantes. Su análisis es holístico, pues incluye valores, sentimientos e ideologías de los participantes, incluso del investigador, tratándose de un relato escrito de carácter explicativo que sintetiza el proceso para dar significado a los datos suministrados por los participantes (Lúquez y Fernández, 2016, p. 105).

El proceso de recolección de datos, con un paralelismo marcado, se hace mientras que se adaptan los datos a los objetivos planteados, de manera que permita un análisis certero de la nueva realidad, a partir de supuestos teóricos conocidos. *Ceteris Paribus* efectuó un análisis comparativo denominado inductivo generacional, con base en Cuñat (2007, p. 4). Se definen conceptos surgidos de la muestra, se codifica, categoriza y subcategoriza, hasta llevar el dato (cita, código o memo) a la significancia más asociada con el objeto de estudio. Esto implica una clasificación teórica de las categorías considerando las propiedades y

dimensiones de cada una, hasta alcanzar una saturación teórica que trascienda la existente. (p. 6-8).

Se agota cada categoría para pasar a la fase de relacionamiento entre categorías que, al inicio, parecían no tener cercanía. De modo que se realiza la clasificación necesaria a la luz del muestreo teórico e inicia la narrativa (Cuñat, 2007, p. 10-12). De ese proceso, emerge una teoría como representación unificada y superior a la realidad conocida, hasta ese momento. Se trata del análisis crítico de los mensajes que pululan en las redes sociales, como brazo de la tecnología asociativa, sin obviar el patrón de dicha herramienta, en respuesta al régimen imperante en los estados nación.

La teoría nueva emerge de los datos existentes y recabados a partir de la experiencia en la aplicación de la instrumentación definida, para incrementar el conocimiento como guía de pensamiento crítico de los lectores, por antonomasia, generación milenio, usuarios nativos de las tecnologías, entre otros. Patton (1990), citado por Corbin y Strauss, señala: “*La investigación de evaluación cualitativa se basa tanto en el pensamiento crítico como en el creativo; tanto en la ciencia como en el arte del análisis*”. (2002, p. 22. Estos son dos factores claves en la construcción de una nueva representación de la realidad.

Se analizó el contenido de 45 piezas de Twitter con sus respectivos encadenamientos *ex ante* y *ex post*; entrevistas a profundidad a expertos nacionales (1) e internacionales (4); entrevistas semiestructuradas a seis influenciadores o usuarios activos de redes sociales y 2 grupos focales a 12 usuarios promedio de las redes sociales, con nivel educativo universitario. Las muestras fueron tomadas con base en la discriminación digital, tanto para el alcance internacional como el grupo etario de la generación milenio. El análisis de la evidencia empírica recabada se realizó con el paquete de computación para el análisis de datos cualitativos llamado Atlas.ti.

Resultados

El análisis de los 45 tuits escogidos al azar, a partir de elementos claves del tema, permite afirmar que la cadena estudiada hacia arriba, es decir, hacia atrás para conocer el origen de determinado contenido, es complicado, puesto que no existe claridad, en su mayoría, más allá de dos o tres pasos y eso ¿qué significa?

Existe una dificultad marcada en el rastreo del origen definitivo de los contenidos personales de los usuarios de Twitter. Es factible acceder a lo que genera uno determinado, sea quien sea. Sin

embargo, el análisis de los 45 tuits, de acuerdo con su nivel de popularidad, evidencia que Twitter es una red social abierta de alto impacto y credibilidad para la difusión de contenido formal, y, supuestamente serio y creíble.

La gente manifiesta una expresa confianza en las personas más que en los perfiles de los medios y eso se demuestra en aquellos tuits personales, con contenido web cualquiera, los cuales fueron compartidos o retuiteados por los usuarios.

Las redes sociales son un espacio para la deliberación, en cualesquiera niveles de intensidad, pero deliberación al fin, según el criterio de los administradores o “community managers” entrevistados. Las redes sociales no son un medio de comunicación, son un canal, según la experta colombiana Jimena Zuluaga, investigadora de la Universidad de Los Andes, en videoentrevista efectuada el 25 de abril de 2016. Este principio debe quedar claro antes de analizar cualquier dinámica en el mundo virtual.

María Luz Moraleda, periodista de Deutsche Welle (DW), la aclamada cadena alemana de noticias para el extranjero, cierra con: “Twitter es la red abierta que permite ver diferentes publicaciones, pero al final “seguir” es ser fan. También

debemos acordarnos de los haters que molestan, además de los trolls. Esta gente busca provocar para llevar la discusión hasta la versión más opuesta”, en entrevista el 15 de mayo de 2017, a las 3 de la tarde, hora costarricense, vía Skype, desde Berlín, Alemania.

Los casos que ubican encadenamiento hacia atrás son pocos, pero este obstaculiza determinar el origen de los contenidos, independientemente del emisor o la connotación del mensaje. Por el contrario, hacia delante es más simple y revelador. Un síntoma de la multiplicación del discurso del “Sí a la Paz”, como una posición radicalizada y demonizada por la derecha colombiana, son los 1.333 retuiteos. Este tipo de comportamiento revela una discusión ideológica de fondo, como base de la discusión, del intento de ambas partes por convencer y plantar sus argumentos. El nivel de penetración de las redes sociales en las sociedades determina el peso de las tendencias virtuales en las esferas pública y privada físicas.

Las típicas discusiones en redes sociales evidencian que también es típica la ausencia del emisor o generador de contenido, sea el periodista, el editor, el administrador de redes o un líder específico, que usa la red directamente. Tal es el caso

de Donald Trump, nadie suele aparecer en el debate, al menos con su propia identidad.

María Luz Moraleda, experta en socialmedia y periodista de la cadena alemana DW en español, asegura que la falta de una educación digital impide reconocer qué hay detrás de cada tuit o posteo. Existen perfiles que lo comparten todo de acuerdo con su línea de pensamiento, sin que necesariamente esté corroborado, “y lo refuerza con humor, noticias, en el mismo grupo de amigos y chats de familiares y trabajo”, reconoce, en entrevista el 15 de mayo de 2017, vía Skype, desde Berlín.

Christopher Wells, profesor asociado de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Masas, de la Universidad Wisconsin-Madison, Estados Unidos, considera que las redes son un hervidero de confabulaciones entre amistades falsas. *“Las personas promedio solo repiten lo que los demás dicen, no hay producción de contenido nuevo, desde su propia apropiación del tema por conocimiento o contraste”*, señala en entrevista del 2 de mayo de 2017, vía Skype, desde el país norteamericano.

Existe una negación de los usuarios promedio de las redes sociales, en cuanto al uso de las redes sociales, que choca con la

realidad perceptible. Tras dos grupos focales realizados en las universidades Internacional de las Américas (UIA) y Autónoma de Centroamérica (UACA), cada uno con seis integrantes, se logra perfilar el comportamiento del usuario común en redes sociales.

El primero grupo focal, el de la UIA fue realizado el 10 de abril de 2017, a las 7 p.m., en las instalaciones de esa universidad ubicada en barrio Aranjuez, San José. Este arroja que el uso activo que se percibe de las redes sociales es negado por la mayoría, en cuanto a la participación activa. Por el contrario, sí se presenta un uso pasivo, es decir, el informarse, fisgonear perfiles, entretenerse con vídeo, lectura light y, en mucha menor cantidad, compartir, retuitear, repostear.

El segundo grupo asegura que entran al contenido de un tuit, antes de emitir criterio. Los seis individuos son poco activos en redes sociales, al igual que el primero; pero si usuarios pasivos. Todos los integrantes reciben alimentación positiva de su contenido compartido, en la mayoría de las ocasiones.

De boca de los expertos técnicos, se presenta una concepción racional, hasta cierto punto liviana, acerca del rol profundo de las redes sociales o podría ser una

complicidad colectiva que, en caso de que se rompiese, arruinaría el trabajo de estos para quienes los misterios de las redes sociales son la fuente de ingresos. Las redes sociales no están directamente vinculadas con su verdadero papel, como instrumento deformador de la opinión pública, por cuanto reduce el pensar de una sociedad a un simple conteo de menciones o “me gusta”, o quizá, la maximización de lo que ocurre en redes. Sin embargo, no es la realidad física ni son consecuentes una con otra, al menos no por ahora, dejando de lado la brecha digital para que una posición en el mundo digital sea válida para toda una nación.

De forma complementaria, los estudiantes universitarios y usuarios acérrimos asomaron su posición en torno a la efectividad de sus contenidos y posiciones sobre determinados temas en redes sociales, así como cuánto calan los contenidos específicos en ellos al punto de convencerlos para compartir.

Discusión

Los casos, británico, colombiano y estadounidense, son solo tres ejemplos de la ruptura del orden, establecido como orden físico, por la digitalización de la sociedad, aún limitada en relación con el alcance real

en contraposición de la imagen holística maximizada, que se tiene de ese mundo. La penetración de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) está íntimamente relacionada con la desigualdad social y esta se manifiesta con una claridad sorprendente, en una relación cuasiproporcional, entre acceso y poder adquisitivo; entre acceso y nivel de involucramiento; entre acceso y competencias plenas en el uso de las redes sociales.

Las prácticas comunicativas adquirieron valor, cuando el mensaje se convirtió en el derrotero para legitimar la mejor versión del mundo, la versión actual, según las élites que buscan su aceptación. La comunicación digital tiene un obvio valor monetario, puesto que no solo permite legitimar el discurso más fuerte y aparentemente consistente, sino que es un fin en sí misma; es pieza de esa nueva ciencia, el mercadeo que surgió con la dictadura del mercado y su credencial de redes sociales virtuales.

El rol de los nodos, dentro de las redes sociales, y su postura sociohistórica de poder con acceso a fuertes recursos, en este caso, a la predominancia de su posición de la mano con quienes controlan el tráfico de la comunicación digital, son un actor preponderante de la comunicación digital al

servicio del capitalismo, gracias a la amplificación de un discurso. De otra manera, no alcanzaría la dimensión determinista de la decisión de la opinión pública o sí lo alcanzara, requeriría más tiempo, sin ser inmediato y más recursos.

¿Dónde se gesta la agenda de los medios, la misma que presiona todos los días al contenido de los usuarios y, algunas veces, lo usa como “actualidad”, para incrementar ganancias o/y desviar la atención de una masa *a priori* perdida? En las mesas de trabajo de los medios de comunicación, con mayor o menor llamadas telefónicas de algún CEO o político que requiera “un favor”, sentado desde su buró; sin embargo, esas llamadas son las menos. Las agendas mediáticas se construyen a diario, con cierta espontaneidad, con la que se mueve el sistema de acumulación de capital, en respuesta a una lógica nacida en algún decenio del que ya no hay memoria, cuando alguien decidió que a la gente debía decirse qué pensar, más que contar hechos con inocencia.

Las redes sociales virtuales son el último eslabón de las redes sociales, que nacieron con el ser humano, tan sociable como malvado, por naturaleza y por necesidad de sobrevivencia. Hoy, las redes sociales tienen el papel estelar en la comunicación social con la complicidad de

usuarios poco críticos. La profundidad del mensaje se fue extinguendo, con el pasar de los años, la trivialidad ganó terreno y hoy bastan poco más de 147 caracteres o/y una imagen para contar una noticia, un hecho y, como consecuencia, juzgar, con alguna certeza, desde la misma percepción precipitada de esa realidad.

Los mensajes estas redes responden a impulsos inmediatos de los usuarios, quienes en el ajetreo diario “no tienen posibilidad” de indagar, corroborar o cotejar la verdad. Los mensajes pululan cada segundo en el mundo, van y vienen, se quedan atrás en unos segundos y se convierten en cadáveres. Esos mensajes impactan y tienen larga vida, si se financia la permanencia, si se es estratega de un medio y si responde al interés material de una élite determinada, la cual usualmente utiliza, con intención o sin ella, a los medios de comunicación como licencia para llegar a sus oponentes.

Las redes sociales también pueden fungir como velo a la verdad, como se vio acerca de la paz en Colombia, de la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea y del poderío de Trump. Existió una gran diferencia entre lo que querían los medios y ven,dían en sus noticiarios y perfiles, y lo que la gente realmente anhelaba.

El conflicto diario, por más pueril y llano que sea en redes sociales es necesario, por el contrario, la cohesión en grupos, comunidades o círculos de líneas de pensamiento similar, son el compás a desarmar. El conflicto divide, da vida a las redes sociales, permite la dinámica constante. Sin embargo, ha quedado claro que los usuarios comunes y silvestres están reduciendo su participación activa, no así la pasiva, y con firmeza aseguran que dejan de lado el conflicto y hasta evadirlo, cuando este salta como si fuese un gato ante un miserable ratón.

La capacidad cognitiva es la que diferencia a la humanidad como especie. Ese es el capital simbólico que poseen las redes sociales virtuales, su bien más significativo. Ese es el que persiguen las élites: apoderarse de la memoria colectiva todos los días, convencer que la vida es como es y la baraja está echada, que se debe aceptar y, dentro de esta hay “buenos” y “malos”, y ellos, el emisor, son los “buenos”.

La paradoja de las redes sociales es que son lo menos sociales que existe en la actualidad. Se denominan de ese modo, pero en realidad son una cortina de humo, es la mampara perfecta para aislarse, para atomizar al individuo detrás de una falsa imagen. Nicolás Maquiavelo decía: “*Pocos*

ven lo que somos, pero todos ven lo que aparentamos". Responde al capitalismo y a la carrera material que procura la riqueza cada vez más grande, porque el individualismo es el sello de cada uno de los partícipes y la acumula, resultando una imagen vacía de un perfil de Facebook o Twitter, o Instagram, o bien, cualesquiera otras. En ese mismo mundo de autoengaño, la guerra de posiciones la gana el más fuerte, el de más recursos, quien logra viralizar su posición y convertirla en verdad.

En el escenario actual, la posverdad es un concepto reciente para bautizar una práctica antiquísima, otrora secreta; es cambiar la verdad o develarla, dependiendo de la intención de quien "siente" algo muy profundo sobre un hecho no probado. No es casualidad que las ideas o mensajes de las redes sociales sean un producto que se vende, el capitalismo hizo del dinero físico un bitcoin, algo que no se ve ni se palpa, pero cuyo valor crece exponencialmente cada día.

Los individuos ensimismados son unos en público, otros en redes sociales y otros en su soledad, pero ninguno de esos perfiles es destacable, desde la concepción humana. Lo popular no es masivo, lo hicieron así, por lo tanto, perdió su sentido popular. La masa de redes sociales no tiene

memoria cultural ni siquiera memoria instrumental, puesto que no retiene ni el 0,1 % de lo que ve cada minuto, en ese mismo escenario digital.

El periodismo y las ciencias sociales, hundidas de cabeza en la digitalización, se encuentran en crisis. El lector debe reconocer que, con el acceso a la información y la proliferación de contenido de todo tipo, esas ciencias buscan afanosas la legitimidad y credibilidad de su ejercicio. No obstante, van en sentido contrario.

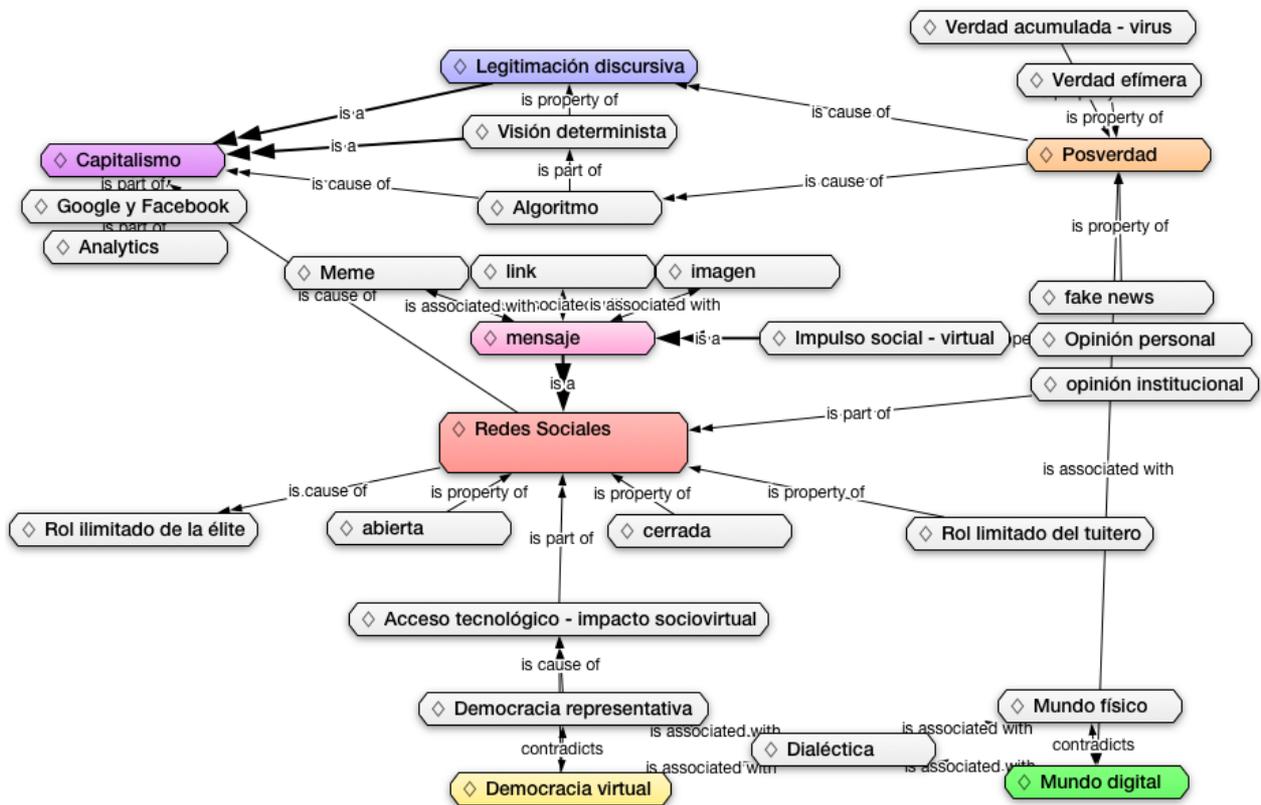
Lo anterior permite reconocer que, detrás del cuestionamiento principal de la investigación, subyace una interrogante al periodismo y la pérdida de sus valores, pues es solo una herramienta de las élites para convencer a la audiencia y, además, es un "soldado" del capital que crea contenido basura para vender en medios, con poca profundidad, enfoques burdos y hechos creados. El periodista de hoy crea la realidad, no la aborda, no la comenta, no la critica, no la evalúa; la crea de la nada, de algo que solo tiene importancia en su cabeza.

La Figura 1 muestra que las redes sociales son un mundo complejo, abstracto y no normado, desde la perspectiva jurídica; pero es el espacio perfecto para legitimar realidades físicas. El mensaje, que puede ser

un “meme”, que transita por redes sociales, es verdad en el sistema capitalista globalizado, y posverdad en paralelo o, como consecuencia uno del otro, con una

carga pesada de determinismo donde se reiteran relaciones de poder económicas claras.

Figura 1. Redes sociales, amplificadores del discurso



Nota: Elaboración propia

La responsabilidad, que se deposita en las redes sociales es demasiada, porque han sido idealizadas como mecanismo de control y supervisión de la esfera física pública y hasta privada. Es grave y tendencioso pensarlo así y darle esa misión con el nivel de alcance que tiene es un suicidio colectivo, desde la cosmovisión aún física de la vida.

El debate sobre la digitalización del mundo físico exige una regulación de esa dimensión híbrida entre lo intangible y lo tangible, puesto que son notorios los abusos de dichos espacios y la profunda impunidad. Ese imperativo se tornará más próximo, en tanto se socialice el acceso y se torne universal. Los derechos humanos son el mayor obstáculo para una comunicación

libre y genuina, tema que, para otra investigación, debido a que el discurso posmoderno y volátil maniató la comunicación, desde el ala pública, mientras que se limita el libre tránsito a partir de la cuestión mercantil o algorítmica, desde el ala privada.

El alcance discursivo real se mide en función del ancho de la brecha digital, lo cual echa por tierra la posición generalizadora del fenómeno. Thompson (1998, p. 68), indica que la “comunicación de masas” produce y reproduce formas simbólicas a una pluralidad de receptores a cambio de alguna remuneración, no quiere decir que sea compartida por todo y que ese concepto contenga todas las sociedades y sus subgrupos. Los casos analizados golpean la realidad establecida por las redes sociales, para crear una especie cristal que fragmenta ese bloque denominado “masa” en la diversidad y pluralidad de voces, acalladas adrede por los discursos hegemónicos, que prevalecen en el mundo digital.

La propia dinámica procura la legitimación de la práctica política, ideológica y económica mediante el discurso. El proceso de multiplicación y amplificación *per se* en paralelo está monetizado, es decir, se le asignó un valor económico y un valor simbólico, los cuales

son intercambiables. De modo que las empresas dueñas del tráfico en redes sociales montan una especie de capital sobre el propio capital, validando la dinámica acumulativa de poder político, económico, simbólico y cultural, con el propio control del capital.

Los individuos, que constituyen una sociedad, están ubicados en contextos sociohistóricos específicos, como la sociedad respectiva de los casos analizados en sus países en el momento de muestrearlos. Hoy, puede ser diferente, cuando los resultados demuestran el funcionamiento filosófico de las redes sociales para la sociedad o está en las redes sociales y el espacio-tiempo lo será con el devenir de los días. Es el mismo momento, el que demarca quienes construyen la realidad mediatizada del país, como una esfera clasista la cual indica a las restantes esferas qué pensar, con poco o nulo poder de penetración con sus perspectivas. El momento y espacio también definen otros obstáculos para hacer pública la opinión divergente, asegurando que existe, tal como el miedo a ser señalado, a ser proscrito en el Universo o el extremo de correr el riesgo de ser asesinado.

Los capitalistas han tomado conciencia del poder y la importancia de la comunicación, en las últimas décadas, sin

tener la precisión clara. Primero fueron los políticos que, con la estrategia propagandística no tan sofisticada como las mercadotécnicas actuales, consolidaron regímenes y hasta imperios los cuales marcaron los propios decenios de la historia. La comunicación ha sido crucial para naturalizar la práctica desigual de la propia comunicación en función del poder adquisitivo y la acumulación del capital, así como los modelos de gobierno o regímenes estatistas que responde al sistema económico financiero.

Las comunidades de usuarios que comparten entre sí temas afines se vinculan, en algún punto con otras comunidades, ya sea alguna persona que integra varias comunidades, por ejemplo. ¿Cómo penetrar con el discurso? Esa es la cuestión a la que se enfrentan los grupos o individuos de poder, por sí mismos, o mediante los medios de comunicación. Resulta más sencillo lograrlo cuando el discurso es afín al modo de pensar del grupo, pero harto complicado cuando no. Entonces, el juego capital asalta el escenario y juega con un algoritmo, que es pagado para lograr el objetivo de control y dominación por medio de la verdad socializada.

El relacionamiento entre los individuos de redes sociales se da por varias razones, según Lozares (1996, p. 100), entre

las que destaca la relación de iguales, de jerarquía, de rango y de intermediación. Asimismo, la relación invisible multiplica el discurso, apropiándose de un determinado contenido, sin importar el principio teórico preseñalado. Alguna razón previa se presenta, pero siempre existirá la relación invisible, aunque no haya conocimiento entre las personas nada más que un intermediario muy lejano.

Algunas veces, se cree que las redes sociales son barriadas, donde todos se llevan bien con amagos de broncas normales. Esos barrios son lugares muy inseguros, donde la gente tiende a aislarse de todos, pero agruparse en cuadradas o quizás en familias. Nadie confía en nadie, si es necesario traiciona con tal de lograr un beneficio o comparte un contenido sin saber si es certero o no. Es un sitio de desconfianza, imprecisión, riesgos sociales.

Ese complejo mundo digital, que aparenta ser fácil de manipular, hace necesario construir algunas preguntas sobre las noticias falsas o fake news: ¿Hay algo de verdad en todo?, ¿cuál es la verdad? o ¿está todo creado o basado de una farsa física? El caso de una niña mexicana, que supuestamente escribía debajo de los escombros de un edificio en Ciudad de México, luego del terremoto ocurrido a mediados de 2017, puso de nuevo el debate

de la cuestión del “invento periodístico” digital. La verdad posterior no es más que una creación de las élites políticas y económicas, donde la verdad no es lo importante, es secundaria en la narrativa de los hechos. Se crea una visión falsa del mundo y de la realidad con supuestos hechos.

Lo popular comienza a ser objeto de una operación de borrado de las fronteras, que arranca con la constitución de un discurso homogéneo y una imagen unificada de lo popular. Muchos usuarios llegan a creer que sus posiciones específicas no tienen validez y la razón la tenía el sistema. Hay una materialización de la información como mercancía, de acuerdo con Marx, es decir del discurso, como si este fuese independiente del ser que lo crea. Esto es aún más fácil que suceda al tratarse de un discurso cuya línea de origen es difusa y homogénea.

El ciudadano usuario de redes sociales no crea ni aporta nada a la construcción de la agenda mediática, nada. Poco tiene que ver con la creación de agendas periodísticas y más con la facilidad de acceso a la información, que el mundo digital provee a los trabajadores de la noticia (Borea, s.f., p. 99). Se convierte en un reproductor de un mensaje que “a priori” es pobre en su exposición inicial.

El periodismo es un instrumento al servicio del capital, siendo inclusive capital social simbólico, que es la información sobre una realidad alterna, la realidad que las comunidades en redes sociales consideran como definitiva. Se cree que los medios controlan y refuerzan la institucionalidad democrática de un estado determinado y ese es el valor que debe dar a una sociedad. Sin embargo, ¿quién controla y supervisa a los medios? Los grupos de poder político y financiero, que los agrupan.

La proliferación de medios pequeños aporta cosa mínima a la democracia, más que actores pequeños al servicio de capitales pequeños y grandes de zonas específicas. Es forzado por un momento de crisis de la industria periodística, la cual ha llevado a que algunos medios tradicionales, que hacían periodismo de investigación, dejaran de hacerlo, no solo por falta de recursos, lo que produjo reducciones de nómina, sino por falta de convicción sobre sus bondades o porque, simplemente, resultaba incómodo o no tenía suficiente ‘rating’.

El periodismo ha decaído en calidad. El buen periodismo contenía valores como el balance, el reporte, la rigurosidad, entre otros, hoy solo son banderas plegadas al pie de una columna. Esto significa que detrás

del biombo, que son las redes sociales, solo hace falta soltar un comentario para arruinar una persona. Eso se considera noticia. Una democracia liberal capitalista siempre tendrá limitaciones propias del sistema

democrático, en detrimento del menos poseedor y del Estado. Es la regla que prevalece y sustenta la dinámica digitalizada de la democracia.

Referencias

- Borea, J. (s.f.). La propuesta teórica del periodismo cívico y su vigencia en el escenario digital. Perú: Universidad de Lima.
- Caparrós, M. (2016). El año en que chocamos con nosotros mismos. Estados Unidos: New York Times.
- Coz, J., Fojón, E., Heradio, R. y Cerrada, J. (2012). Evaluación de la Privacidad de una Red Social Virtual. Costa Rica: UNED. Recuperado de <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/rist/n9/n9a06.pdf>.
- Cuñat, R. (2007). Aplicación de la teoría fundamentada (grounded theory) al estudio del proceso de creación de empresas. España: XX Congreso Anual de AEDEM.
- Dussan, J. (2014). El papel de las redes sociales en la sociedad actual. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Gershenson, C. (2017). Curso Pensamiento Científico. México: Coursera.
- Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Lúquez, P. y Fernández, O. (2016). La teoría fundamentada: precisiones epistemológicas, teórico-conceptuales, metodológicas y aportes a las ciencias. *Revista Científica Cumbres*, 2 (1), 101-114..

Marx, K. (1867): "La Mercancía" (primera edición del capítulo primero de El Capital), en El Capital: Crítica de La Economía Política. México: Siglo Veintiuno,

McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. España: Paidós.

Strauss, A. y Corbin, J. (2002). Basics of qualitative research. Techniques and procedures for developing grounded theory. Colombia: Universidad de Antioquia.

Thompson, J. (1998). Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. España: Ediciones Paidós.

Uriarte, E. (2010). Introducción a la ciencia política: la política en las sociedades. España: Tecnos.