

De los mensajes de unidad al reclamo de los usuarios.

“Las redes sociodigitales son caldos de cultivo de manipulaciones, pero también constituyen sitios para la oposición, el diálogo y la confrontación. La campaña #AbrazaMéxico y las reacciones que provocó en redes sociales demuestran que no todos los usuarios de éstas somos susceptibles de intentos por guiar y moldear la opinión pública. También existe un público ‘raciocinante’.”

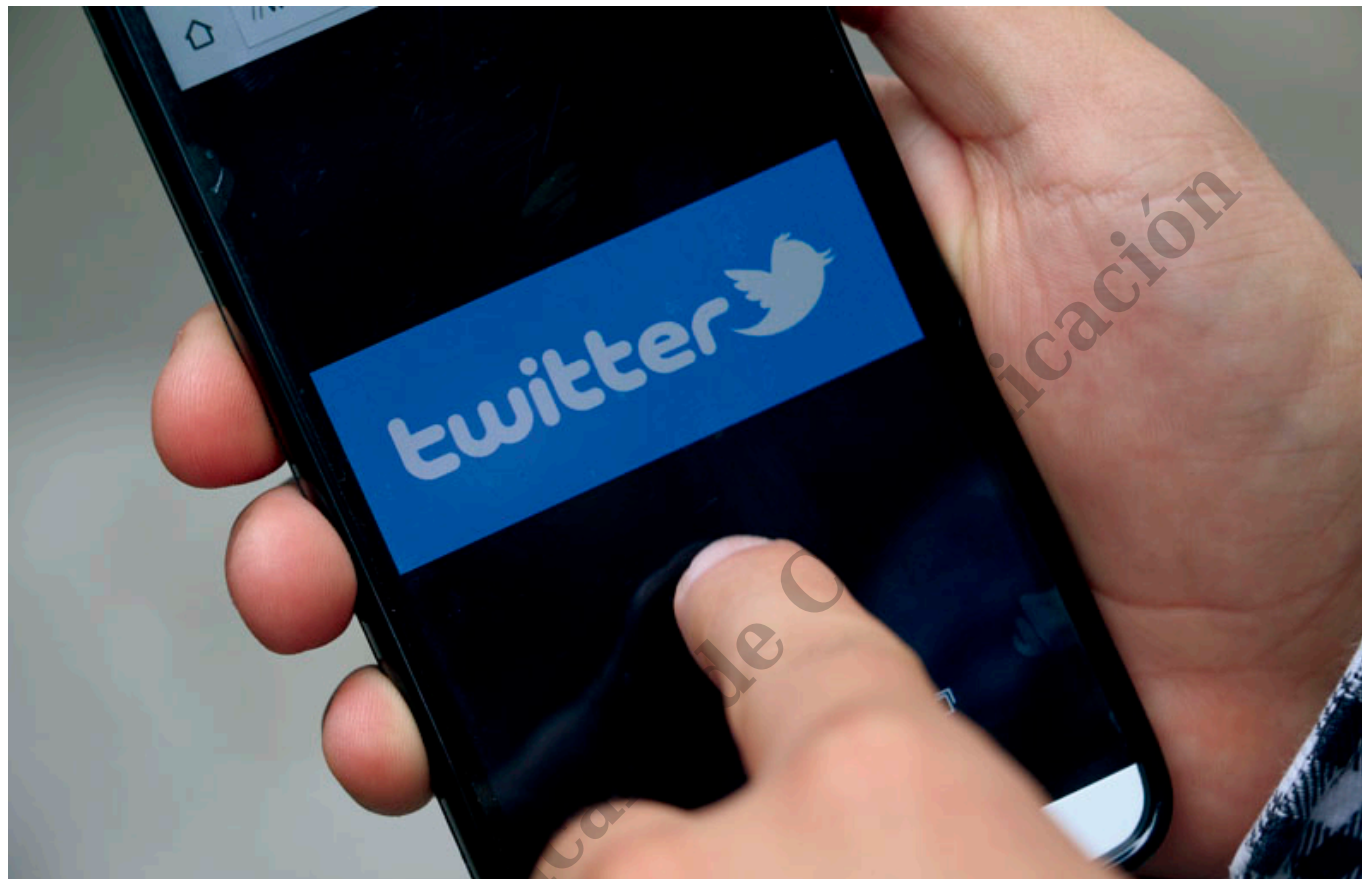


Foto: Saúl López / Cuartoscuro.

Por Alexia Cervantes

Según el filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas, la opinión pública se construye a través del diálogo entre los sujetos, la contraposición de ideas y el debate, pero también, señala, “la opinión pública se puede guiar, inducir y manipular como una especie de control social” (1981). La arena en donde tienen cabida estos procesos es lo que conocemos como espacio público; aquel sitio en donde se crea, se manifiesta y se moldea el *vox populi*, y en donde además existe una lucha incesante de muchos actores por ejercer influencia y por determinar ‘lo correcto’ o ‘lo verdadero’ para el resto.

Dicho esto, en el sentido *habermasiano* pudiéramos considerar, en toda la extensión, como nuevos espacios públicos a las redes sociodigitales que se desarrollan gracias a la Internet, pues al tiempo que permiten el diálogo y la confrontación de puntos de vista, también son hervidero de intentos de manipulación que pretenden guiar e implantar posturas ideológicas, modas y hasta estilos de vida.

Aterrizando la teoría a la realidad, conviene traer a cuento que a principios de este 2017 la presidencia de la república lanzó una fuerte campaña en medios tradicionales como la radio, pero también en Internet, –con gifs, infografía, vídeos y mensajes– en Twitter y Facebook para defender y justificar el gasolinazo. Más recientemente se repitió dicha estrategia para apoyar la figura del

presidente Enrique Peña Nieto de cara a los conflictos que plantea para México el nuevo mandatario de Estados Unidos, Donald Trump.

Ahora bien, además de los intentos gubernamentales por guiar los dimes y diretes al respecto, se presentaron tentativas de contención de la opinión pública contestataria, por parte de otros actores sociales. Sin contar a los bots y trolls cuyo uso frecuente en el gobierno ha sido documentado por diversos activistas sociales (1), a principios del mes de febrero de este año, por ejemplo, el semanario de prensa rosa, *EstiloDF*, lanzó en redes sociales la campaña #AbrazaMéxico, que según argumentan es por iniciativa propia y no por encargo, pero que justamente incita a apaciguar las quejas por el aumento del precio de los combustibles y a olvidarnos de Trump y sus amenazas.

El portal web de *EstiloDF* adjudica la elaboración de la campaña a tres integrantes de su equipo de producción, ellos son: Javier Mendoza, Francisco Riveroll, y Regina Bautista, quien señala en su cuenta de Twitter, también es colaboradora en el portal web de la entrevistadora Adela Micha. Estos personajes, dicen, idearon #AbrazaMéxico para "(...) unir a los mexicanos mediante la voz de algunas de las personalidades más destacadas de la farándula nacional" como Regina Murguía, Gonzalo García Vivanco, Christian Chávez y Adela Noriega, por mencionar algunos.

En un video de poco más de tres minutos actores y actrices, muchos de ellos distinguidos por sus participaciones en Televisa, invitan a no protestar por el gasolinazo, a dejar de quejarse por "lo que el presidente hace o no hace, dice o no dice", y sugieren, mejor, viajar por México, por sus playas; afirman que si bien la situación es difícil "vivimos en el cuerno de la abundancia".

Y aunque muchos dirán que la aparición de este tipo de mensajes, ciertamente, ya no causa sorpresa dada su constante aparición, la genialidad del asunto es que ahora existe la posibilidad de responder a estos, aunque sea como método de catarsis. Con las redes sociodigitales se permite la aprobación o desaprobación verbal o textual de estos mensajes que por la misma vía intentan convencernos de tal a cual cosa. Muchos toleran pero otros más hacen visible su reclamo; es aquello que Habermas llamó la opinión "raciocinante" que se niega a aceptar la manipulación.

Así pues, en Twitter diversos sujetos comenzaron a cuestionar, analizar y reprobar la campaña #AbrazaMéxico:

- @CronistaDelMame señaló "¡Cuánta frivolidad, pendejez y ausencia de reflexión!"
- @Chelawuera escribió "#AbrazaMéxico "Olvidemos a las 29 mil personas desaparecidas pero pensemos en nuestras lindas playas" #NOMAMEN"
- @GaribayMd sentenció "aunque haya gasolinazo, la burocracia gaste como jeques, gobernadores robando sus estados, gente muerta x (sic) el narcotráfico pero eso si #abrazamexico".
- Y @makikuroneko dijo "la campaña #AbrazaMexico muestra lo bonito que se ve México desde la punta del privilegio. Ese no es el México que todos viven goey (sic)", por mencionar a algunos de los usuarios que externaron su descontento.

Estos mensajes, a su vez, dieron paso a más comentarios de otros usuarios que se sumaban a su postura y reflexionaban en torno a la pertinencia de #AbrazaMéxico en medio de la crisis de representatividad del actual gobierno y siendo México un país violento, con altos índices de marginación y desigualdad social. La campaña, en instantes, se fue hasta el fondo.

Dicho esto, podemos reflexionar y tomar el ejemplo como una pequeña muestra de que, si bien los espacios digitales son escenarios propicios para manipulación y moldeamiento de opiniones públicas a favor de intereses particulares, también pueden constituir un paraje para el intercambio, el contrapeso a discursos oficialistas y la confrontación de ideas que, bien vale la pena aclarar, no necesariamente nos pueden llevar a conclusiones más sensatas sobre el bien común, pero sin duda

El reto está en propiciar el ejercicio de la deliberación ciudadana en el entorno digital, y desde luego, en aprender a no dejarnos llevar por mensajes hechos a modo, noticias falsas o a medias que pretendan distorsionar la realidad en favor de intereses particulares. El asunto, pues, es no dejar que los bots, los trolls y la posverdad nos ganen.

Bibliografía

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili.

EstiloDFTV,. (2017). Abraza México. Retrieved from

<https://www.youtube.com/watch?v=AUW98YFDIqY>

Lombana, B. (2017). Estilo DF Weekend Abraza México. EstiloDF. Retrieved 28 February 2017, from <http://www.estilodf.tv/sin-categoria/estilo-df-weekend-abraza-mexico/>

Notas

Según informaciones del ciberactivista Alberto Escorcía, El uso de redes con falsos usuarios de internet empezó en las campañas para la elección presidencial de 2012 y se ha mantenido constante. Ver: <http://terceravia.mx/2016/08/caso-alberto-escorcia-interactivismo-la-tecnocensura/>

Alexia Cervantes es estudiante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana. Radialista, colaboradora de la serie emblemática El Fin Justifica a los Medios y reportera en Radio Educación. Twitter: @AlexCervantesD