REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN, VIOLENCIA, PAZ
ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

La discusión pública en Twitter.
El uso agencial de la plataforma y los escollos en el camino

Paolo Sánchez Castañeda
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Resumen: Twitter se ha posicionado como una de las redes sociodigitales en que los asuntos políticos son mayormente discutidos; sin embargo, fenómenos como la infodemia, los discursos de odio, las cámaras de eco, la desigualdad en el acceso a la información, entre otros, ponen en duda su incidencia en la discusión pública. Este ensayo aborda el uso agencial como un fenómeno presente en el funcionamiento de la red, así como algunos de los cofactores que acotan los alcances de la ciudadanía en la plataforma.

Abstract: Twitter has positioned itself as a social network where political issues are mostly discussed; however, other factors such as fake news, hate speech, echo chambers, and unequal access to information cast doubt on its impact on public discussion. This essay aims to address the agency use as a phenomenon present in the functioning of the network, and also other factors that limit the scope of citizenship in Twitter.

Mirar detrás de un gigante mediático

En medio de las negociaciones por la compra de Twitter, el empresario norteamericano Elon Musk consideró la plataforma como la plaza pública digital en la que se debaten asuntos vitales para el futuro de la humanidad. Un estudio realizado por la agencia de investigación El Departamento (2019), en España, señaló que, en dicho país, 64% de los usuarios utiliza Twitter para informarse sobre temas políticos. Se trata así de la plataforma digital en la cual estos tópicos son mayormente discutidos.

En México, Twitter también se posiciona en una proyección muy alentadora en cuanto al devenir político del país en las nuevas herramientas de comunicación que, ya desde la coyuntura electoral de 2018, habían sido calificadas como “benditas” por el ahora jefe del poder ejecutivo Andrés Manuel López Obrador.

Ante este panorama, se contraponen otros escenarios. En Twitter han surgido fenómenos como los discursos de odio, así como su difusión masiva. En nuestro país han sido reportadas campañas de acoso y manipulación orquestadas por organizaciones públicas y privadas. En relación a ello, el informe Negación de Artículo 19 (2022) trató extensamente la carga estigmatizadora que hay contra periodistas críticos desde los discursos públicos mediante nuevos mecanismos censores como "las maquinarias de odio" que, a través de bots y troles (*trolls*), se dan en los espacios digitales.

¿Es acaso Twitter la plataforma en que se depositan libremente nuestras opiniones políticas o, por el contrario, el gigante mediático de masas oculta algo tras de sí?, ¿qué papel juegan los usuarios en los contenidos que tienen mayor reproducción y seguimiento?, ¿qué tanto los temas que se posicionan en la agenda de Twitter tienen concordancia con las preocupaciones y los problemas públicos de una sociedad plural y multicultural como la mexicana?

El uso agencial de las redes socio digitales

Las redes sociodigitales son estructuras en que se encuentran, expresan y organizan individuos u organizaciones por medio de internet. Habrá que apuntar, en primera instancia, que para hablar de éstas) y de nuevas formas de circulación de la información es imposible obviar la relevancia que tienen los usuarios; es decir, el rasgo agencial de los individuos o grupos sociales que utilizan las plataformas: la condición y suficiencia de los sujetos para examinar sus motivaciones con la intención de determinar una acción o conducta (Gaitán, 2009); estas acciones, dispuestas por los agentes, tienen por fin intervenir un orden de cosas y ejercer control sobre él (Giddens, 1995).

De acuerdo con el profesor de comunicación Henry Jenkins, "La «propagabilidad» se refiere al potencial —tanto técnico como cultural— del público a la hora de compartir contenido con sus propios propósitos" (2015, p. 28); es decir, de manera agencial. He aquí la primera pieza del rompecabezas. A lo largo de su texto *Cultura Transmedia*, Jenkins aborda cómo los usuarios tienen la capacidad de producir su propio contenido en redes (escribir y publicar un tuit, individualmente o como parte de un colectivo organizado); modificar contenido

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

preexistente (retuitear una publicación para opinar sobre ella ya sea expresando acuerdo o discrepancia); o compartir información que consideran importante.

Estas herramientas se encuentran disponibles para todo aquel que ingrese a Twitter y nadie está obligado a utilizarlas. Es efecto de esta libertad el hecho de que en el espacio digital mediático se articulen perfiles discretos, selectivos y comunicativos según señala Delia Crovi Druetta (2020), investigadora en Comunicación del Sistema Nacional de Investigadores. La especialista argumenta que "la incorporación de las innovaciones digitales a la vida de los ciudadanos pasa por un proceso más complejo que, desde mi perspectiva, puede segmentarse en tres etapas: acceso, uso y apropiación (2020, p. 7)". Estas tres etapas responden a las condiciones materiales que permiten a los ciudadanos ingresar al mundo digital (acceso), los procesos de habituación de los usuarios (uso) y la instrumentalización de las herramientas con fines interactivos, prácticos, cognitivos, ideológicos y socioculturales (apropiación).

Por otra parte, la agencia no sólo proviene de usuarios individuales aislados entre sí. Las nuevas herramientas digitales han representado también un espacio de organización para diversos colectivos, organizaciones políticas y contraculturales. Manuel Castells (2012) apunta que el espacio público en redes se configura como una plataforma autónoma en la cual se plantea la coordinación entre los participantes sin el asedio de la autoridad política. En un ejercicio más reciente, Guiomar Rovira, doctora en Ciencias Sociales, advierte que las páginas web

> …los *blogs*, las redes sociales digitales, le han quitado la última palabra a los grandes consorcios de la comunicación y se han convertido en instrumentos competidores para insertar discursos distintos en la agenda pública, esos "contrapúblicos" con posibilidades de impacto más allá de sus afines (2016, p. 90).

Ejemplo de la capacidad organizativa que las redes sociodigitales han permitido desplegar es el impacto que han tenido en Twitter son los hashtags impulsados por el movimiento feminista. En 2018, El *País* presentó una estadística que muestra cómo, a lo largo de ese año, los picos interactivos de la red fueron derivados de las etiquetas #MeToo, #NiUnaMenos, #8M, #NoEsNo, #YoSiTeCreo y #Cuéntalo.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN, VIOLENCIA, PAZ
ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

El recorrido conceptual hasta ahora realizado pareciera apuntar hacia una respuesta contundente: los usuarios propagan los contenidos y, por lo tanto, tienen irrefutable incidencia en la discusión de Twitter que, en esos términos, puede ser entendido, efectivamente, como un espacio autónomo. Propongo observar la otra cara de la moneda.

La otra cara de la moneda

Durante las recientes negociaciones por la compra de Twitter, la discusión en medios digitales versó, en gran medida, sobre las implicaciones que un empresario del perfil de Elon Musk, quien se considera a sí mismo como "absolutista de la libertad de expresión", podría tener en la plataforma. Cuestionamientos de este tipo no son exclusivos de la coyuntura. Elementos ya revisados como las campañas de odio por parte de actores públicos y privados en contra de opositores, los filtros burbuja imperantes en el mundo digital con los cuales los usuarios sólo reciben información que ellos o las propias plataformas seleccionan, y la cuestionada aplicación de políticas de moderación dan lugar a la suspicacia.

En una entrevista realizada en abril del 2022 para este mismo espacio, el director regional de la organización Artículo 19 expresó que

> Las mismas plataformas de redes sociales están cayendo en abusos en el ejercicio de sus facultades de moderación de contenido que no están alineadas a los estándares de Derechos Humanos y que además son entidades privadas que no tienen ningún control más que las que ellas mismas determinan (Sánchez, 2022).

No es solamente el papel de Twitter como corporación y servicio digital un elemento a tener en cuenta en esta discusión. Son también cuestionables las limitaciones existentes con respecto al acceso a internet. Según los datos arrojados por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares del 2021 del INEGI, 75.6% de la población mayor de seis años tiene acceso a internet. Si bien estos datos han aumentado velozmente durante los últimos años, pervive en el territorio nacional una brecha digital de carácter multidimensional con base en variables como recursos económicos, geografía, edad, sexo, lengua, integridad física, etcétera. Así mismo, habría que

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

añadir que sólo 12.1% de las personas usuarias de internet tiene una cuenta activa en Twitter de acuerdo con datos del 18° Estudio sobre los Hábitos de Personas Usuarias de Internet en México realizado en 2022.

Subyacen más preguntas por resolver. ¿Qué voces tienen lugar en el mundo digital?, ¿es acaso Twitter un espacio público verdaderamente plural? Con respecto a esta última cuestión, podríamos resolver preliminarmente que lo es en mayor medida que los medios tradicionales; no obstante, no todos los asuntos públicos relevantes del país son propagados a través de esta plataforma. No existe siquiera una cercana representatividad de la discusión pública, entendida como la interacción de los estados mentales difusos de una multiplicidad de públicos (Luhmann, 2010). La calidad de este ejercicio radica en su funcionamiento, mismo que el sociólogo alemán Niklas Luhmann comprendió como mecanismo de dirección del sistema político. En otras palabras, la virtud de la interacción pública no estriba necesariamente en la propiedad racional o crítica de las opiniones que ahí se expresan, sino en el establecimiento de posibilidades de acción de la organización política.

Traté anteriormente la capacidad organizativa y de difusión que ofrece Twitter. A ese recurso se contraponen intereses políticos también inmersos en la red. En la actualidad, los actores políticos están más que enterados del potencial mediático de las redes sociodigitales de modo que han sido utilizadas, en ocasiones, para la *utilitarización* política de ideas y consignas de diversos colectivos sin que esto se traduzca necesariamente en políticas públicas en beneficio de los mismos.

El 3 de julio de 2019, Alejandro Moreno Cárdenas, hasta la fecha presidente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), publicó en su cuenta de Twitter un mensaje. Dijo que el PRI era históricamente el partido más feminista del país. El funcionario recibió dos denuncias por violencia política en razón de género un par de años después de la publicación. A nivel institucional, en la coyuntura electoral del 2021, el PRI promovió la candidatura de Julián Nazar, quien fue denunciado por militantes de la propia institución por violencia.

Adicionalmente, ninguna organización partidista quedó fuera de este tipo de comportamientos y, en dichas elecciones, 75 casos como los anteriormente descritos, desde candidatos con denuncias de acoso hasta violación y privación de la libertad, fueron registrados.

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

No todas las expresiones en las redes sociodigitales son genuinas. Muchas de ellas son organizadas en la defensa de intereses políticos y económicos. Tal fue el caso de la agencia de noticias de gobierno Notimex cuando utilizó la plataforma para realizar una campaña de odio contra excolaboradores según reveló una investigación realizada por Carmen Aristegui en asociación con Signa_Lab y Artículo 19 en 2020.

Cabe también señalar la existencia de fenómenos que el investigador mexicano César Augusto Rodríguez Cano sugiere que sean investigados para el análisis del papel de la prensa digital que, a su vez, produce y reproduce discursos en redes sociales: “la sobreinformación, la cultura algorítmica, la mercantilización de los datos, los ensimismamientos ideológicos, la experimentación emocional, la vigilancia y las violaciones a la privacidad, así como la proliferación de cuentas automatizadas y sitios de noticias falsas” (2019, p. 91).

La calidad de la discusión pública también es determinada por rasgos de la cultura política nacional, misma que muestra aspectos preocupantes. Aunque los estudios en México sobre cultura política son incipientes, algunas observaciones resultan relevantes. Tal es el caso de los aportes del sociólogo Víctor Manuel Durand Ponte (1995), quien argumentó que en el país existe poca competencia subjetiva y que las concepciones políticas provienen más de factores ideológicos e intuitivos que de experiencias y resultados institucionales. Muchos de estos acercamientos provienen de los estudios de Gabriel Almond y Sidney Verba (1963) para quienes la cultura política consiste en el conjunto de orientaciones y actitudes de la ciudadanía con respecto al sistema político en cuestión. Sobre el país, los autores norteamericanos observaron una baja participación en los asuntos políticos debida a la desconfianza en las instituciones.

Si bien los estudios mencionados distan del escenario actual (27 y 52 años de distancia respectivamente), es oportuno traerlos a cuento para remarcar que el desarrollo de las tecnologías y herramientas digitales no significa obligadamente un cambio en los comportamientos políticos de la sociedad.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN, VIOLENCIA, PAZ
ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

Una respuesta poco satisfactoria

Por desgracia, tras todo el tramo recorrido, me temo no es posible llegar a una respuesta totalizadora. Pese a la existencia de un aumento en la pluralidad de la discusión digital gracias a la Web 2.0, hay una serie de señales de preocupación que atentan contra la apropiación de los usuarios. Los contenidos de la plataforma no son únicamente mediados por la ciudadanía y ésta no necesariamente cuenta con recursos para formar parte en el posicionamiento y propagación de temas en la agenda de Twitter.

El uso agencial de las redes sociodigitales se enmarca en un escenario en el que convive con otros componentes como las funciones que las mismas plataformas ofrecen, pero también con la utilización de estos recursos por parte de grupos públicos o privados de decisión que desdibujan la interacción en favor de intereses de diversa índole. Si bien algunos de estos fenómenos fueron comentados en esta reflexión, su profundización es una línea de análisis pendiente y necesaria.

Ante la desilusión que causan las incertidumbres, es necesario pensar en la solidaridad digital, la multiculturalidad, la exigencia de políticas públicas que favorezcan el acceso a las nuevas herramientas digitales, la observación de los algoritmos constitutivos de la World Wide Web y de las conductas que en ella imperan. Por último, es relevante hacer un uso aún más agencial de las plataformas que se utilizan diariamente. Convertirnos en “sujetos activos” de nuestra apropiación.

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

Fuentes

- Aguilar Villanueva, L. F. (2017) *Una reconstrucción del concepto de opinión pública. México: Revista Mexicana de Opinión Pública*
- Almond, G. & Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations.* Princeton.
- Aristegui Noticias, Signa_Lab, & Article 19. (2020, 12 mayo). Directiva de Notimex ataca periodistas y organiza campañas de desprestigio en redes sociales. *Aristegui Noticias.* https://aristeguinoticias.com/1205/mexico/directivas-de-notimex-atacan-periodistas-y-organizan-campanas-de-desprestigio-en-redes-sociales/
- Artículo 19. (2022, abril). *Negación.* México
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet.* España: Alianza
- Catalán, N, (15 de octubre del 2018) Un año escuchando Twitter: los estallidos de #MeToo, #Cuéntalo y otros 'hashtags' feministas. EL PAÍS. https://elpais.com/sociedad/2018/10/09/actualidad/1539114993_820161.html
- Crovi Druetta, D. (2020). *Para Leer la Apropiación.* Ciudad de México: Tintable.
- El Departamento (2019). *#Política en Twitter.* España: Twitter España
- *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las TIC en los Hogares 2021.* México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021).
- Gaitán Torres, A. (2009). *Planes, autonomía y jerarquía.* México
- Giddens, A. (1995*). Bases para la teoría de la estructuración.* Buenos Aires. Amorrortu
- Hernández García, A. *Cultura Política: Una revisión a los distintos enfoques hacia la construcción de una propuesta conceptual.* (2019) México: Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca
- Jenkins, H. (2015). *Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa
- Ramírez, S. (19 de octubre del 2021). Denuncian ante Fiscalía de CDMX a "Alito" Moreno por violencia política de género. *La Razón.* https://www.razon.com.mx/ciudad/denuncian-fiscalia-cdmx-alito-moreno-violencia-politica-genero-447937
- Rovira, G. (2016). *Activismo en Red y Multitudes Conectadas: Comunicación y Acción en la Era de Internet.* UAM

ISSN 2683 – 2631 / NO. 150 / JULIO-DICIEMBRE 2022 / ENSAYO

- Rodríguez, C.A. (2019) El colapso de la mediocracia: prensa digital, pluralismo y enmarcado colectivo. *Virtualis*, 10(19),74-94.ISSN 2007-2678
- Sartori, G. *Elementos de Teoría Política.* Madrid
- Unesco. (2005). *Hacia las Sociedades del Conocimiento.* París
- Uribe, S. (23 de abril del 2021) Señalan a 76 candidatos por violentar a mujeres. *El Sol de México.* https://www.elsoldemexico.com.mx/mexico/politica/senalan-a-76-candidatos-por-violentar-a-mujeres-violencia-genero-politica-denuncias-6631886.html