

Redes Sociales: Rol e influencia en la política y gobiernos



Carlos Fernández Gutiérrez
Comité Partido Socialista
Febrero del 2025

INTRODUCCIÓN

Si bien las redes sociales pueden contribuir al debate abierto en las comunidades, existen otras formas en que estas pueden influir en la Democracia. Como por ejemplo, en el uso que se hace de ellas en la política, actuando e influyendo electoralmente, buscando impactar en la gobernabilidad.

Diariamente, y a cada momento, las vemos en medio de las interacciones recurrentes de los seres humanos, y por supuesto de nosotros mismos, tal como lo sostenía, el gran intelectual y biólogo chileno Humberto Maturana al señalar que *“Si ustedes atienden a lo que hace el lenguaje, se darán cuenta que coordina conductas, relaciones, haceres, sentires, ideas. ¿Qué tiene que pasar para que se den las coordinaciones? Tenemos que encontrarnos, si no nos encontramos conversando, ese fenómeno de la información no va a pasar, tenemos que transformarnos juntos y para eso los seres humanos tenemos que convivir y tenemos que querer convivir, tiene que gustarnos el convivir”*¹.

Así entonces, estamos permanentemente expuestos a un verdadero diluvio de estímulos, contenidos e información, a través de las redes sociales, y la mayoría de las ocasiones en forma voluntaria.

Facebook, X (extwitter), tiktok, Instagram, y muchas otras plataformas, nos bombardean sin tregua, con el propósito de conseguir acciones, conductas, a través de información personal y privada, a la que accedieron de manera tecnológica, sin un consentimiento directo.

Es por esto mismo, que la inquietud embargó a muchos ciudadanos del mundo, cuando en la asunción del Presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, se informó que los creadores de Facebook y X, Mark Zuckerberg y Elon Musk, trabajarían activamente con el magnate mandatario, en este segundo período de presidencia.



¹ <https://uchile.cl/noticias/145130/profesor-humberto-maturana-tenemos-que-transformarnos-juntos>

Tal como lo señala un medio español², la toma de posesión de Trump sirvió para “escenificar el romance renovado entre el poder político y el económico en Estados Unidos”, agregando luego que “la presencia de los principales líderes de Silicon Valley fue una declaración de intenciones que simbolizó la fuerte conexión que existe entre el nuevo gobierno y las élites económicas, con un papel muy destacado de las principales compañías tecnológicas, llamadas a ejercer un papel clave en esta magistratura”.

La incertidumbre y vulnerabilidad personal, sobre nuestra información, al parecer, estará presente en estos nuevos tiempos.



ESTRATEGIAS DE DESINFORMACIÓN, A TRAVÉS DE LAS FAKE NEWS EN REDES SOCIALES

Duane Gish, bioquímico estadounidense, dio nombre a la táctica, conocida como Gish gallop³ (Galope de Gish) o ametralladora de falacias, un recurso habitual en debates electorales

Esta consiste en el mismo principio de manipulación por saturación que está detrás de muchas de las campañas de desinformación masiva y de las estrategias propagandística que se conoce como Firehose of falsehood (manguera de la falsedad). Consiste en inundar el espacio mediático con un torrente de mensajes, transmitidos de forma rápida, repetitiva y continua. Su objetivo no es necesariamente convencer, sino confundir, desorientar y desgastar la capacidad crítica del público también llamado como “Inundar la Zona”

² <https://www.rtve.es/noticias/20250123/oligarcas-silicon-valley-desembarcan-casa-blanca/16415749.shtml>

³ <https://www.eleconomista.es/actualidad/noticias/12363639/07/23/que-es-el-galope-de-gish-la-tecnica-que-usaba-duane-gish-en-sus-debates.html>



TRUMP Y LA SATURACIÓN POR INFORMACIÓN

La saturación también está siendo la estrategia de Donald Trump en su segundo mandato: 59 órdenes ejecutivas en los primeros 20 días (nadie había firmado tantas en tan poco tiempo).

El equipo de Trump anunció que, en su regreso a la Casa Blanca, la consigna será Shock and Awe (conmoción y pavor). Y lo consiguen “Inundando la Zona”, una ofensiva comunicativa que despliega múltiples temas simultáneamente, dificultando la reacción de los medios y de la oposición.

No importa la metáfora eufemística que se elija. Sea un galope, una manguera o una inundación. Lo que se busca, en todos los casos, es mantener la iniciativa, crear percepción de poder y abrumar a las oposiciones. “Quien domina la agenda domina el debate. Ese parece ser el credo Trumpista

Ahora, la pregunta evidente surge de inmediato... ¿Cómo ayudan las redes sociales en política?

Nada hay más importante en política que ese contacto con la sociedad para no perder la perspectiva. Hasta la fecha esa relación entre el político y el ciudadano de a pie se mantenía exclusivamente a través de los medios de comunicación, ahora hay un nuevo escenario al que debe adaptarse la comunicación política:

- Las redes sociales no se limitan a la difusión unilateral de los mensajes. Invitan a la participación de la ciudadanía, estableciendo una comunicación bidireccional. Los usuarios opinan, discuten, concuerdan, exponen e intercambian puntos de vista.
- Los mensajes llegan, pero es necesario calcular a cuántas personas. No basta con tener un perfil en todas las redes; es necesario saber qué alcance tienen y para ello hacen falta herramientas que permitan medirlo.
- La audiencia social se multiplica, ya que el número de seguidores incluye tanto a los seguidores directos como a los seguidores de estos.
- La repercusión de un mensaje no se reduce al número de usuarios a los que ha llegado. Dependerá de otra variable, el número de impresiones, que refleja las respuestas que el mensaje ha tenido y, lo más importante, su redifusión.
- Ayudan a definir la imagen de un político, aportando sensación de cercanía, pero la exposición pública es mucho mayor, con todos los riesgos que eso supone, cualquier error tendrá un mayor eco.
- En cuanto a la comunidad de seguidores, esta no es una cuestión que pueda dejarse al azar. Es muy importante establecer cuál es el público objetivo al que se quiere llegar a través de las redes. Esa comunidad puede establecerse atendiendo a criterios demográficos, sociales, geográficos o ideológicos.
- Los sentimientos juegan un papel determinante. El político debe recurrir a las emociones, un mensaje que emocione a quien lo lee generará la necesidad de compartirlo.

¿COMO COMBATIR LA DESINFORMACIÓN?

Con ocasión de la Cumbre del G20, Chile y Brasil firmaron, en noviembre de 2024, un memorando de entendimiento para enfrentar juntos el fenómeno de la desinformación.

Según informó en ese momento la ministra Camila Vallejo, ese memorando surgió de “la necesidad de firmar este memorándum de entendimiento para apostar a mayor integridad informativa y con eso combatir la desinformación particularmente en plataformas digitales, en redes sociales, porque impide o imposibilita, incluso afecta, las herramientas con las que contamos los distintos países para poder hacerle frente a la crisis climática”⁴.



La ministra agregó que este no es “un objetivo no solo de Chile y Brasil, sino también de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y de los distintos países que han desarrollado políticas, marcos éticos e incluso regulaciones frente a este flagelo”⁵.

De hecho, sobre esto último, efectivamente la Unesco presentó en noviembre de 2023⁶ una estrategia, surgida de “un proceso de consulta a una escala sin precedentes en el sistema de las Naciones Unidas, con más de 10.000

⁴ <https://www.elperiodista.cl/2024/11/chile-y-brasil-firman-en-g20-acuerdo-contra-la-desinformacion/>

⁵ <https://www.prensa-latina.cu/2024/11/19/firman-chile-y-brasil-en-g20-acuerdo-contra-la-desinformacion/>

⁶ <https://www.unesco.org/es/articles/desinformacion-en-linea-la-unesco-presenta-su-plan-de-accion-para-regular-las-redes-sociales>

contribuciones de 134 países” y que propone medidas concretas que deben aplicarse por todas las partes interesadas: gobiernos, autoridades reguladoras, sociedad civil y las propias plataformas.

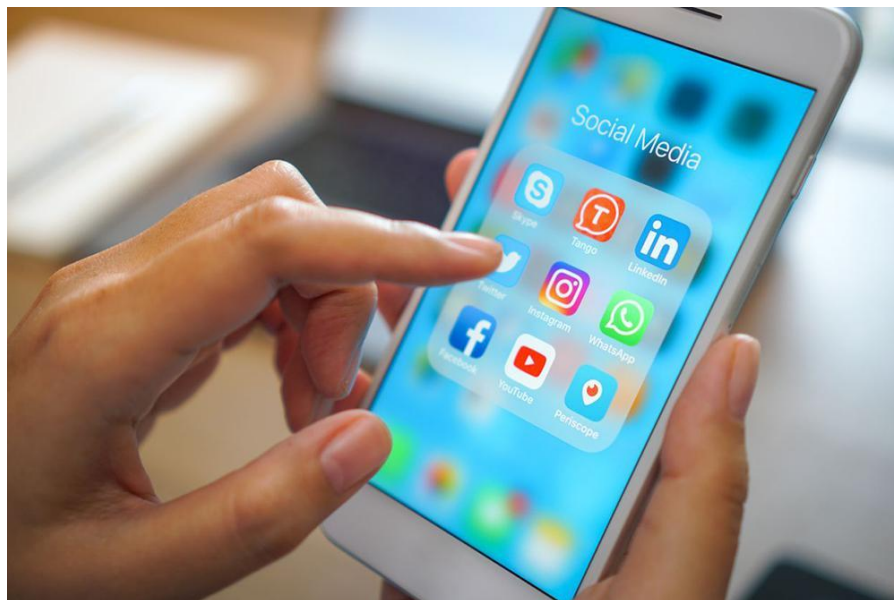
Esta estrategia contempla, fundamentalmente, siete principios fundamentales:

1. El impacto sobre los derechos humanos es la brújula para la toma de decisiones en cada etapa por todas las partes interesadas.
2. En todas partes del mundo se establezcan reguladores independientes y públicos, con un papel claramente definido y recursos suficientes para llevar a cabo su misión.
3. Estos reguladores independientes trabajan en red y en estrecha coordinación, para evitar que las empresas digitales se aprovechen de las disparidades regulatorias entre los países.
4. La moderación de contenidos debe ser posible y eficaz a la escala adecuada, en todas las regiones y en todas las lenguas.
5. Que se establezcan la responsabilidad y la transparencia en los algoritmos, cuya mecánica se basa con demasiada frecuencia en provocar exageraciones en detrimento de la fiabilidad.
6. Las plataformas tomen más iniciativas para educar y formar a los usuarios en el pensamiento crítico.
7. Los reguladores y las plataformas tomen medidas más contundentes en las situaciones más delicadas, especialmente durante las elecciones y las crisis.

EN CHILE: ¿QUÉ EFECTOS DE DESAFECCIÓN, PROVOCAN LAS REDES SOCIALES EN LA POLÍTICA?

Según el profesor de la Escuela de Negocios de la UAI, **Pedro Fierro**, quien publicó un estudio sobre el impacto político de las redes sociales en Chile, en la prestigiosa revista *Social Science Computer Review*:

“Existe la posibilidad de que las nuevas plataformas simplemente refuercen ciertos patrones ya existentes, generando un círculo virtuoso o “vicioso” entre aquellos que ya forman parte de las discusiones públicas. Esto aumentaría las brechas actitudinales entre los incluidos y los marginados. Ese creo que es el principal riesgo, que ya viene advirtiéndose desde hace algún tiempo en diferentes investigaciones”⁷.



ANTE ESTE ESCENARIO INCIERTO, ¿CUALES SON LAS ALTERNATIVAS?

Según el Premio Nobel de Economía 2001, Joseph Stiglitz, lo que hoy existe es “una nueva ola de ideologías extremistas y movimientos populistas a nivel mundial en las políticas del capitalismo neoliberal”. Argumenta que “la búsqueda de una mayor libertad, promovida por este modelo, ha resultado en la expansión de la capacidad de las corporaciones para explotar a la sociedad”. Stiglitz destaca

⁷ <https://www.uai.cl/noticias/negocios/que-rol-que-cumplen-las-redes-sociales-en-la-desafeccion-a-la-politica-en-chile>

por sobre todo el caso de Estados Unidos, donde la libertad de las industrias farmacéuticas y alimentarias ha contribuido a una reducción en la esperanza de vida”⁸.

El economista establece además una relación entre las tácticas de las redes sociales y los métodos de propaganda del pasado. Redes sociales como Instagram y X –indica- con su alcance instantáneo y global, “tienen el poder de alterar elecciones, manipular debates públicos y fragmentar sociedades”. El crecimiento de alternativas como Bluesky⁹ reflejaría la búsqueda de los usuarios por escapar de ellas.

Como alternativa, Stiglitz propone un “capitalismo progresista”, una versión actualizada de la socialdemocracia que busca equilibrar el mercado y el Estado. Sus propuestas incluyen: regulación estricta de las redes sociales, equiparándolas a los medios tradicionales para combatir la desinformación; y la lucha contra los monopolios, limitando el poder económico y político de las grandes tecnológicas para fomentar la competencia y la innovación.

CONCLUSIONES

Así las cosas, actualmente se utilizan, además de los medios tradicionales de información, los canales digitales como fuente de acceso e interacción con los partidarios y electores. Estos fabulosos canales cuentan con ventajas como la interacción e inmediatez. Todo está determinado por el propósito, y las redes sociales cumplen con protocolos diseñados para conseguirlos, desde el punto de vista comunicacional, pues ésta se puede realizar de una forma muy relajada y pensada para obtener respuestas, que posteriormente serán utilizadas para desarrollar perfiles de comunicación más cercana a la mentalidad y conductas del votante.

⁸ <https://www.elmundo.es/la-lectura/2025/02/04/67a0dfc1e9cf4af8678b45b3.html>

⁹ <https://bsky.app/>