

Redes sociales y conversación pública en tiempos de pandemia

Julio Juárez Gámiz

Hoy más que nunca el aislamiento social adoptado como medida sanitaria ante la pandemia de COVID-19 otorga un mayor peso a la mediación simbólica de los medios de comunicación. Particularmente en una era dominada por la digitalización y las plataformas de interacción social que han multiplicado exponencialmente la esfera pública originalmente estudiada por Jürgen Habermas (1989).

Como muchas otras prácticas sociales, el consumo, la producción y la compartición simultáneos de información a través de plataformas digitales hoy han sido incorporadas a nuestra vida cotidiana de manera muchas veces inadvertida. Eso significa, en primera instancia, que antes de la llegada de esta pandemia estábamos acostumbrados a experimentar el mundo social en primera persona, pero también a acoplar esta representación con la mediación simbólica que ofrecen los medios de comunicación y las plataformas sociodigitales (Tuma, 2013). El resultado de ambos filtros condicionaba nuestra experiencia social a dos escalas valorativas, una directa y subjetiva, y otra mediada por algo y/o alguien más —como una nota en la prensa o un tuit en las redes sociales.

Siguiendo a Moscovici (1988), nuestra experiencia psicosocial intenta establecer una continuidad entre fenómenos individuales y colectivos que depende, en gran medida, de la información que obtenemos de los medios de comunicación tradicionales y las redes sociodigitales. Es posible, por tanto, sugerir que el aislamiento social funciona como una suerte de magnificador de la información a la que estamos expuestos tal y como si se tratase de un prisma a través del cual el mundo aparece distorsionado ante nuestros ojos.

El presente texto parte de dos cuestiones transversales pertinentes para el contexto actual. Primero, el impacto que ha tenido en nuestra experiencia simbólica del mundo social una condición de aislamiento social como la que hemos vivido en los últimos meses; y dos, la manera en la que la mediación simbólica sustituye una experiencia cotidiana limitada por dichas condiciones de aislamiento derivadas de las medidas sanitarias adoptadas por los gobiernos federal y locales. A partir de ello, y tomando en cuenta los aspectos coyunturales desde que la pandemia se declaró oficialmente en México, dentro de un contexto social y político que ya estaba configurado por características narrativas asentadas en la polarización ideológica y en la confrontación política, en este capítulo reflexionaremos en torno a las siguientes preguntas: ¿qué impacto ha tenido la polarización digital en la calidad de nuestra conversación pública?, ¿cómo enfrentar y entender nuestros juicios sobre la realidad social frente a diversas estrategias de desinformación digital?, ¿qué consecuencias tiene la politización del discurso sanitario en el ámbito noticioso y en el deliberativo?

Encerrados con/en nuestros prejuicios

Desde mediados de marzo de 2020, millones de mexicanas y mexicanos hemos vivido en un contexto de incertidumbre inédito. Se trata de una crisis epidemiológica que está muy lejos de los cismas políticos o financieros a los que estábamos acostumbrados en otras décadas. A diferencia de crisis propiciadas internamente por conflictos o tensiones derivadas de decisiones políticas locales, ahora las razones de esta pandemia provienen de un

mundo globalizado frente al cual se tiene muy poco control. Hoy más que nunca, como integrantes de una sociedad amenazada por una enfermedad sin cura ni vacuna, altamente contagiosa y de la cual se sabe relativamente poco, tenemos una enorme necesidad de evaluar el entorno inmediato y lejano para poder tomar decisiones antes rutinarias y automáticas.

En cuestión de semanas pasamos de una vida de hábitos y costumbres —vivenciales sí, pero también ideológicos— a otra donde debíamos cuestionar y modificar prácticas sociales profundamente arraigadas en la cotidianidad. Esta exigencia a “pensar” lo que antes era automático, a cuestionar un reflejo social tan trivial como estrechar la mano de otra persona, nos obliga a fundamentar nuestras decisiones con información. Es aquí donde este contexto de aislamiento social cobra un doble papel, pues la necesidad de obtener información para evaluar nuestro entorno se trastoca por el impedimento material que hoy condiciona nuestra convivencia y recreación del espacio público.

Los seres humanos percibimos el mundo por medio de preconcepciones, prejuicios y estereotipos (Lippmann, 1997). Decodificamos, almacenamos y recuperamos información para tomar decisiones o hacer juicios a partir de nuestra propia capacidad atencional para incorporar en nuestras mentes el mundo social (Lang, 2000). Más que ver para creer, nuestro entendimiento del mundo se podría expresar como “ver lo que creemos”. Definimos primero lo que queremos ver y luego vemos el reflejo de esa definición. El confinamiento sanitario y las limitaciones de interacción social han servido para acentuar esta operación psicológica dentro de un contexto marcadamente simbólico donde la interacción personal con el mundo se reduce a estadísticas, gráficas, notas periodísticas, declaraciones, videos, memes o fotografías transmitidas a través de una pantalla —un monitor televisivo, un teléfono inteligente o una computadora.

Es a partir de esta información que no solamente hemos tomado decisiones prácticas para cuidar de nuestra salud sino también a partir de la cual valoramos cotidianamente el estado de la situación a partir de juicios preconcebidos de la realidad. No por nada las escalas objetivas de contagios, decesos e incidencias de casos acumulados a nivel nacional o internacional

encuentran interpretaciones divergentes entre la sociedad al momento de juzgar cómo vamos. ¿Por qué la lectura de toda esta información objetiva producida por distintas fuentes oficiales genera opiniones contrarias? Una posible respuesta radica en la narrativa desde la cual hemos interpretado los cambios políticos y sociales vividos en los últimos años. Este marco de significado divide en la actualidad a quienes piensan que vivimos una “transformación” de la vida pública de quienes tienen otra opinión.

Una de las principales escuelas teóricas que fundamenta el estudio de los efectos de los medios de comunicación en nuestras percepciones del mundo apunta hacia el papel de nuestros sesgos ideológicos al momento de procesar información nueva (Lippmann, 1997). Eso ha quedado demostrado en investigación empírica documentando la manera en que miramos el mundo a partir de la información que más acomoda a nuestra propia idea y significado del mismo (Manjoo, 2008; Bloom, 2010).

De aquí se desprende una hipótesis que intenta reconciliar las condiciones actuales de confinamiento social con el papel preponderante de nuestras preferencias al momento de seleccionar y dar significado a un importante volumen de información que hoy circula en la esfera pública digital a la que me he referido anteriormente. “Estamos —por decirlo de alguna manera— “encerrados con nuestros prejuicios”, y eso puede tener al menos dos implicaciones en la conversación pública. Primero, en el filtrado de información que estamos dispuestos a producir, recibir y compartir y, segundo, en el incremento en la polarización política que puede tener el creciente protagonismo de nuestros sesgos cognitivos al momento de seleccionar información e interpretarla. Algo que parecería ilustrarse en una versión exacerbada de lo que en la literatura especializada sobre redes sociales se ha definido como burbujas informativas o cámaras de resonancia (Cardenal, Aguilar-Paredes, Galais y Pérez-Montoro, 2019).

Características de la ciudadanía digital

Respecto a nuestro papel activo como procesadores de información, es muy importante reconocer que la digitalización trajo consigo nuevas y cada vez más accesibles herramientas tecnológicas, para no solo participar en el espa-

cio público digital sino también para configurar su estructura conversacional. Las nuevas condiciones de interactividad digital han propiciado la denominación de “prosumidores” a quienes hoy consumen y también producen información; a diferencia de una era pre-digital donde estábamos limitados a recibir información a través de los medios masivos de comunicación, sin un canal de retorno o la posibilidad de que nuestra opinión pudiera ser escuchada o compartida más allá de nuestro espacio de interacción social (Toffler, 1980).

Inicialmente fuimos consumidores pasivos de información. La radio, la televisión y la prensa escrita ofrecían notas periodísticas y declaraciones acompañadas de un selecto grupo de “opinólogos expertos” que tenían la capacidad de influir en una opinión pública limitada a un rol pasivo de escucha y con pocas oportunidades para expresar su opinión.

La digitalización, sin embargo, permitió tres grandes cambios que hoy explican una esfera pública mucho más dinámica y ecléctica —informativamente hablando—, también menos confiable —hay que decirlo. El primero de ellos fue facilitar y masificar la producción de contenidos como fotografías, audio y video. En poco tiempo pasamos de recibir información a producirla. En segundo lugar, nos hemos convertido en editores de noticias y curadores de información pues, simple y sencillamente, el espacio atencional para informarnos requiere optimizar el tiempo al momento de elegir qué información sí vamos a atender dejando fuera la gran mayoría de contenidos por los que navegamos diariamente, contribuyendo al flujo informativo. Por último, esta función editorial está ligada y potenciada por la posibilidad de compartir información. Elegimos qué leer, mirar y analizar al mismo tiempo que podemos compartir esto con alguien más mediante distintas plataformas tecnológicas. Es así como nos hemos convertido en aceleradores de tendencias y, por tanto, en configuradores de tópicos de conversación en las redes sociales. Incluso a pesar de las estructuras de poder y comunicación que se han replicado en el momento de organizar la conversación en la esfera pública digital (Castells, 2009).

Me he referido a una ventana atencional utilizando una analogía que ilustra las limitaciones cognitivas que tenemos como ciudadanos al momento de procesar información pública. Puede que desde una perspectiva

racional-normativa se conciba a la ciudadanía con un rol e interés permanentemente activo al momento de dar seguimiento a los asuntos públicos que se reportan en los medios masivos y en las plataformas sociodigitales. A pesar de ello, las personas cuentan con recursos psicológicos limitados al momento de procesar información y esto se acentúa significativamente en un contexto comunicacional marcado por la saturación y la sobreexposición informativa. Simplemente hay demasiada información circulando a nuestro alrededor y ello tiene consecuencias en la calidad con la que conversamos con otros y nos “enteramos” del estado de cosas en un entorno inmediato, pero también global. Es importante apuntar que la calidad de la conversación pública está ligada a la pluralidad y al respeto hacia opiniones distintas en un entorno aún marcado por la brecha digital, pero en el que cada día participan más personas.

Hace ya un par de décadas, Blumler y Kavanagh (1999) publicaron un emblemático artículo para describir lo que ellos consideran la tercera era de la comunicación política. Retomo de ahí cuatro conceptos que pueden ser útiles para entender y analizar la conversación pública en la actualidad. El primero y más relevante a mi juicio es el de “inadvertencia”. Hay tanta información circulando que el contenido verdaderamente relevante llega a perderse fácilmente de vista. Inmersos en un océano de contenidos perdemos perspectiva para ponderar qué es y qué no es importante. El resultado es una circularidad informativa que en la periferia de lo trascendente borda una trenza de desinformación, escándalo, declaraciones disparatadas y tendencias chuscas. Ello se potencia con un segundo concepto definido como “fragmentación”. En un escenario de intenso flujo informativo, los mensajes cambian rápidamente de formato, versión, contexto y marco de significado para quien pretende decodificarlos. En una suerte de mutación estética, una declaración, un video, audio o infografía se reproducen parcialmente o sufren una edición que altera su propuesta de significado original brincando de plataforma en plataforma. Una versión corregida y aumentada del teléfono descompuesto en modalidad digital.

En tercer lugar, es pertinente también el concepto de “redundancia” que busca explicar la manera en la cual el mismo contenido aparece en múltiples

medios y plataformas debido a una alta concentración de la información en muy pocas fuentes de información. El mejor ejemplo de ello han sido las conferencias de prensa del presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, y del subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Hugo López-Gatell, con el objeto de informar sobre las acciones y resultados del gobierno frente a la pandemia que actualmente vivimos. El plano reiterativo de ambos voceros contrasta con la ausencia de fuentes alternativas por parte de los medios de comunicación. Ello contraviene la idea de una esfera pública plural, pues al ser muy limitadas las fuentes de información que alimentan la cobertura periodística, en consecuencia se limita también el debate público respecto a la comunicación oficial del gobierno. Ello ha acentuado una de las grandes carencias históricas del periodismo mexicano: la prácticamente nula investigación periodística. Hoy pensamos que las redes sociales son generadoras del discurso público cuando en realidad su materia prima noticiosa proviene de los medios de comunicación tradicionales. Sin ellos, y sin su trabajo de ponderación periodística, sería todavía más difícil distinguir lo relevante de lo intrascendente.

Finalmente, el concepto de “flexibilidad” nos remite a la polisemia que caracteriza la conversación pública, donde cualquier persona, para bien o para mal, se convierte en potencial experto en cualquier tema de coyuntura o en los análisis a bote pronto tan característicos de la conversación digital. Es así como hemos sacrificado especialización por eclecticismo. Si bien el argumento a favor de la pretendida democratización de las voces que participan en esta conversación defiende esta emancipación, lo cierto es que muchas de estas opiniones y análisis se alejan del rigor como pilar de la credibilidad y adoptan un tono estridente y tremendista con tal de ganar seguidores e incidir en la conversación pública.

Es posible abreviar de estos cuatro conceptos al momento de ordenar el discurso público y proponer esquemas de análisis que vayan más allá de preferencias ideológicas o simples posturas maniqueas propias del populismo que muchos regímenes democráticos en Latinoamérica han ido adoptando en los últimos años. A continuación, me parece importante abordar el contexto de comunicación política particular que vivimos en México

al momento de declararse la pandemia a nivel global. El propósito es mirar a partir de estos cuatro conceptos la realidad nacional en tiempos de pandemia.

Entorno actual de comunicación gubernamental

Tras asumir la Presidencia de la República el pasado 1 de diciembre, Andres Manuel López Obrador (AMLO) puso en marcha una intensa estrategia de comunicación gubernamental para ocupar el centro de la agenda pública permanentemente. La multicitada conferencia de prensa por la mañana es acompañada de los videos y comentarios que el presidente emite cotidianamente en las principales redes sociales. Algunos autores, como Estrada y Sánchez (2019), han cuestionado el valor informativo de estos ejercicios calificándolos como actos de propaganda para mantener vivas las dicotomías ideológicas que tantos dividendos electorales le han dado en el pasado.

Se trata de un gobierno definido en la más objetiva calificación del populismo latinoamericano, aquel que no entiende la crítica y el escrutinio mediático y político como un ejercicio democrático, sino como un intento por derrocar un proyecto político que, reza la definición más clásica del término, no requiere contrapesos pues obedece el mandato del “pueblo” de erradicar la corrupción moral de una élite privilegiada (Laclau, 1978).

Es posible advertir las fórmulas narrativas sobre las cuales descansa el significado de la autonombra “cuarta transformación” en voz de su principal y quizá único vocero, el presidente AMLO. Una de ellas es la proposición permanente de una ideología maniquea como eje discursivo, aquella que divide con una moralidad insistente al bien del mal y que utiliza distintos adjetivos para calificar a sus adversarios como conservadores o corruptos.

Un segundo recurso, muy socorrido por la actual administración, es la adopción de lo que algunos autores como Waisbord (2013), para Latinoamérica, y de Vreese, Esser, Aalberg, Reinemann y Stanyer (2018), para Europa, definen como un relato populista que se sustenta en un discurso anti-élite y de combate a los privilegios de una clase privilegiada y, por ende, corrupta. Este enmarcado es utilizado prácticamente en todos los ejes discursivos de AMLO y por la base más fiel de sus seguidores en las redes so-

ciodigitales. Las descalificaciones a periodistas que han criticado “como nunca antes al gobierno” son parte de una lógica que identifica esa “cuarta transformación” como un movimiento que está por encima de las brechas sociales y políticas que caracterizan a la democracia liberal.

Particularmente en lo que toca al contexto de la pandemia hemos visto como distintas claves narrativas se han activado en la búsqueda de reafirmar un movimiento político sustentado en conceptos tan abstractos y absolutos como lo es apropiarse de la voz y la voluntad “del pueblo” y “la gente”, cuyo sentido reside discursivamente en una sola persona. Una interpretación muy particular en el contexto actual de la pandemia donde AMLO ha expresado su menosprecio por la ciencia y el “saber formal” utilizando equivalencias categóricas como el pobre-bueno y el rico-malo. Tal y como lo expresara el 17 de junio de 2020 en su conferencia de prensa vespertina el subsecretario López-Gatell al afirmar que “Esta epidemia... fue importada a partir de grupos sociales de alta capacidad económica, financiera por grupos sociales adinerados del país” (Almaráz, 2020).

¿Qué implicaciones tiene este clivaje narrativo en un contexto de comunicación gubernamental inédito tanto por el tono de las declaraciones abiertamente polarizantes del titular del poder ejecutivo como por el volumen de comunicación de la actual administración? Solo para dimensionar lo anterior, y como ya se ha mencionado en este texto, atestiguamos una intensa actividad comunicacional del gobierno federal que se puede observar diariamente en la conferencia de prensa matutina del Presidente; la conferencia de Créditos a la Palabra para Reactivar la Economía a cargo de la titular de la Secretaría de Economía; la conferencia de prensa sobre Programas de Bienestar organizada por la Secretaría del Trabajo; y la ya citada conferencia vespertina en donde la Secretaría de Salud informa sobre los avances en la lucha contra la pandemia del COVID-19.

A esta actividad comunicacional que caracteriza al nuevo gobierno se ha sumado la intensa producción y circulación de información —respaldada oficialmente y también falsa— en redes sociales y diversas plataformas digitales de comunicación. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha utilizado en repetidas ocasiones el término “Infodemia” para referirse a la

abundancia de información, verificada y no, que circula en el espacio público en torno a la pandemia sanitaria. Estamos, apunta la Organización Panamericana de la Salud (OPS), ante un escenario de saturación informativa que dificulta a las personas seleccionar y elegir información verdadera respaldada oficialmente por instituciones públicas o medios de comunicación profesionales, apegados a criterios deontológicos rigurosos al verificar la información que difunden (OPS/OMS, 2020).

Es en este contexto donde las personas separan, consciente o inconscientemente, aquello que consideran cierto o creíble desde la óptica de su propia inclinación ideológica y no desde la confiabilidad de la fuente de información. No han sido pocos los reclamos de la actual administración que acusan la existencia de estrategias planificadas para desinformar a la ciudadanía. Nadie podría cuestionar la responsabilidad del gobierno por desmentir un buen número de teorías de la conspiración y mentiras respecto al origen del virus, sus consecuencias en la salud de las personas y las maneras de combatirlo en el día a día. Sin embargo, el propio gobierno ha contribuido a generar información contradictoria respecto a medidas sanitarias tan elementales como, por ejemplo, el uso de cubrebocas en espacios públicos. Lo mismo en el caso del aislamiento social donde por la tarde se nos pide quedarnos en casa y a la mañana siguiente el Presidente invita a la gente a salir a los restaurantes para reactivar la economía.

Si sumamos a ello una creciente polarización en el discurso público, sería muy importante cuestionar nuestras propias inclinaciones ideológicas al momento de juzgar la realidad, los dichos y los hechos públicos, al momento de seleccionar fuentes de información, producir contenidos y compartirlos con nuestro círculo social inmediato.

Preservar el diálogo

La democracia liberal parte de la coexistencia de visiones encontradas del mundo en el que vivimos. El disenso, por tanto, es el sello de una democracia siempre y cuando existan vasos comunicantes entre opiniones divergentes. La confrontación de ideas no es ajena a la convivencia democrática por el

simple hecho de reflejar opiniones divergentes. Lo es cuando, al polarizarse —es decir, llevarse al extremo en posiciones mutuamente excluyentes—, descalifica el legítimo derecho a disentir de quien opina lo contrario. Más preocupante aún cuando esta descalificación se hace desde una posición de poder como sucede con la actual administración.

La sociedad mexicana enfrenta importantes desafíos a raíz de la pandemia. Por ley, el gobierno es responsable de garantizar la salud y el bienestar de todas y todos los habitantes del país. Eso, sin embargo, no significa que a título personal podamos ignorar nuestro papel como agentes de cambio en la sociedad. Así como sería profundamente irresponsable desentendernos de nuestra responsabilidad para cuidarnos y cuidar a otros, atendiendo las medidas sanitarias de rigor, sucede lo mismo en el caso de la información y el cuidado que demos a la conversación pública.

El contexto de infodemia que vivimos nos obliga a confirmar, corroborar y verificar información con un rigor nunca antes visto. Se trata, de entrada, de asumir nuestros sesgos y preconcepciones al momento de analizar información nueva para evitar, en la medida de lo posible, retar nuestras creencias y someterlas a un juicio más severo. Ser menos complacientes con nuestra visión y entendimiento del mundo pasa por escuchar al otro y alejarse de la polarización. Se dice fácil, pero privilegiar la responsabilidad de nuestro consumo informativo, respetar las opiniones de otros y reflexionar a partir de ellas, son los principales componentes para vacunarnos frente a la pandemia sanitaria y la infodemia que le acompaña en la actualidad.

Referencias

- Almaráz, L. 2020. “Los grupos sociales adinerados’ trajeron el coronavirus a México: López-Gatell”. *Cultura Colectiva*, 21 de junio, en <<https://news.culturacolectiva.com/mexico/los-ricos-trajeron-el-coronavirus-a-mexico-dice-lopez-gatell/>>.
- Bloom, P. 2010. *How Pleasure Works: The New Science of Why We Like What We Like*, Nueva York, W.W. Norton.
- Blumler, J. y D. Kavanagh, 1999. “The Third Age of Political Communication: Influences and Features”, *Political Communication*, vol. 16, núm. 3, pp. 209-230.

- Cardenal, A.S., C. Aguilar-Paredes, C. Galais y M. Pérez-Montoro. 2019. "Digital Technologies and Selective Exposure: How Choice and Filter Bubbles Shape News Media Exposure", *The International Journal of Press/Politics*, vol. 24, núm. 4, pp. 465-486.
- Castells, M. 2009. *Comunicación y Poder*, Madrid, Alianza.
- De Vreese, C.H., F. Esser, T. Aalberg, C. Reinemann y J. Staney. 2018. "Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective", *The International Journal of Press/Politics*, vol. 23, núm. 4, pp. 423-438.
- Estrada, L. y D. Sánchez. 2019. "La comunicación política de los líderes neopopulistas americanos", *Foreign Affairs Latinoamérica*, vol. 14, núm. 4, octubre-diciembre, p. 78.
- Habermas, J. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Thomas Burger (trans.), Cambridge, MIT Press.
- Laclau, E. 1978. *Política e ideología en la teoría marxista: capitalismo, fascismo, populismo*, Mexico, Siglo XXI.
- Lang, A. 2000. "The Limited Capacity Model of Mediated Message Processing", *Journal of Communication*, vol. 50, núm. 1, pp. 46-70.
- Lippmann, W. 1997. *Public Opinion*, Nueva York, Free Press.
- Manjoo, F. 2008. *True Enough: Learning to Live in a Post-Fact Society*, Hoboken, N.J., Wiley.
- Moscovici. 1988. "Notes Towards a Description of Social Representations", *European Journal of Social Psychology*, núm. 18, pp. 211-250.
- OPS/OMS. 2020. "Hojas Informativas COVID-19: entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19", hoja informativa núm. 5 de la Organización Panamericana de la Salud, en <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?sequence=14&isAllowed=y>.
- Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*, Nueva York, Bantam.
- Tuma, R. M. 2013. "Media Psychology and Its History", en K.E. Dill, *The Oxford Handbook of Media Psychology*, Nueva York, Oxford University Press.
- Waisbord, S. 2013. "Democracy, Journalism and Latin American Populism", *Journalism*, vol. 14, núm. 4, pp. 504-521.