

Las redes sociales y lo político

Una conversación con la doctora Laura Cervi sobre populismos, democracia y el caso de TikTok

Crédito: Shutterstock



Fernando García Blesa

Programa de Estudios Generales

Universidad de Lima

doi: <https://doi.org/10.26439/piedepagina2024.n013.7298>

Laura Cervi es profesora Serra Húnter del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona. Además, es doctora en ciencia política e investigadora en comunicación política con un foco especial en redes sociales.

Quisiéramos empezar esta entrevista con las siguientes preguntas: ¿cuál es el impacto real

de las redes sociales en el mundo político de hoy? ¿Qué es lo que ha cambiado y qué es lo que ha permanecido en la arena política?

Empecemos por decir que el impacto real [de las redes sociales] en el mundo político es un poco la pregunta del millón... lo que todos quisiéramos contestar es ¿cuántos votos mueve Twitter?, ¿cuántos votos mueve TikTok? Y esto es

prácticamente imposible de medir. Comencemos por ahí. Sin embargo, sí que han cambiado cosas. Los políticos siempre han intentado buscar una manera para llegar al público y las redes sociales han permitido dos cosas.

Primer punto: han abaratado los costes. Pensemos en la diferencia entre comprar un espacio publicitario en la televisión hace veinte años y ahora poder generar 20, 30, 40, 50, 100 *posts* diferentes en diversas redes sociales al día. Por lo tanto, es muchísimo más barato. Esto tiene implicaciones significativas, ya que permite hacer una campaña política omnipresente. Puedes estar en todas las redes sociales, en la televisión, en la prensa, ser prácticamente omnipresente en la vida de los ciudadanos. Además, los partidos que antes no podían acceder a la cadena pública por falta de dinero, ahora tienen esa posibilidad. ¿Cuál es el lado positivo? Evidentemente, hay una democratización. Cualquier persona, potencialmente, puede hacer escuchar su voz. Así, cualquier partido, incluso los minoritarios que representan a minorías no tan *mainstream*, pueden tener la posibilidad de ser escuchados.

Segundo punto: ¿a quién beneficia este abaratamiento de los costes? Beneficia a todos aquellos políticos extremos, tanto de un lado como del otro. Antes no podían entrar porque no tenían el dinero o porque los medios tradicionales actuaban como *gatekeepers*, es decir, mantenían un cordón sanitario. Un partido abiertamente racista, por ejemplo, normalmente era evitado por los medios *mainstream* para no darle publicidad. Ahora, con las redes sociales, estos partidos extremos tienen la posibilidad de darse a conocer. Además, al generar viralidad en las redes sociales, los medios *mainstream* tienen que hablar de ellos porque ya son tendencia.

La comunicación en redes sociales es muy emocional y afectiva, lo que beneficia a los partidos más extremos. Por ejemplo, explicar por qué considero que se deben incrementar las pensiones en un 0,2 % es un tema aburrido y necesita una explicación detallada. En cambio,

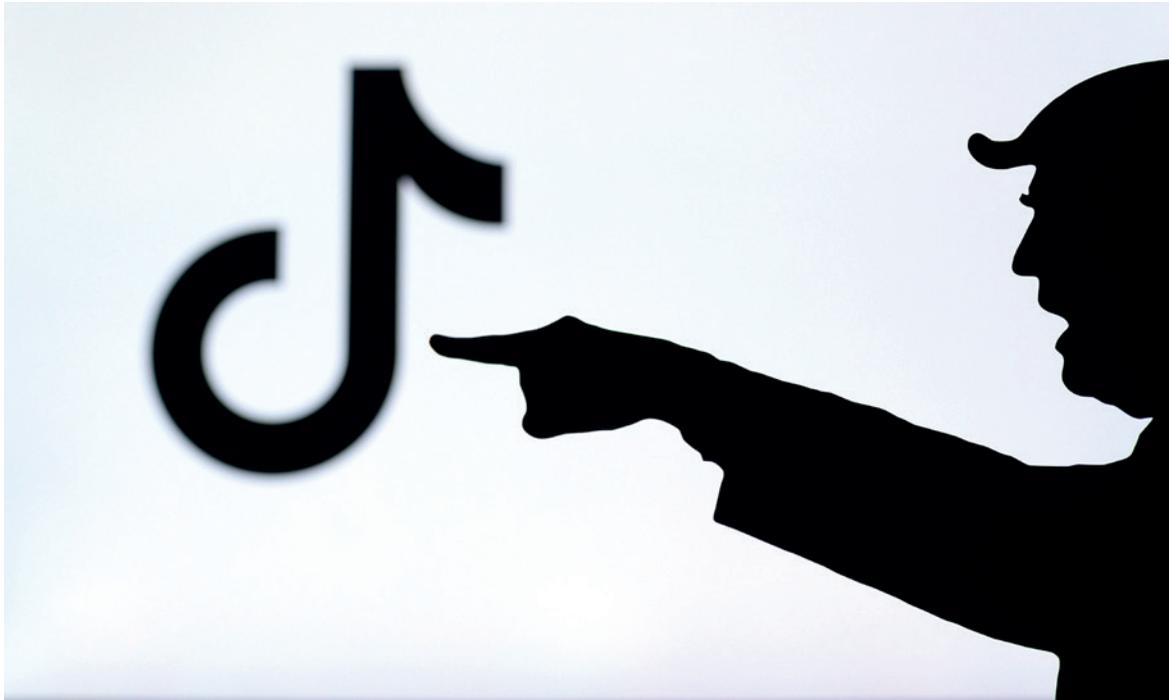
lanzar un mensaje racista como “cerremos la puerta a los inmigrantes” es inmediato y pega mucho más con el tipo de lenguaje de redes sociales, que es de titulares y *clickbait*.

Por lo tanto, por un lado hay una democratización y, por el otro, el lado oscuro es que da muchas más oportunidades a los partidos extremos. No quiero decir que esta sea la única razón, pero es verdad que mucho del auge de la extrema derecha y muchos populismos alrededor del mundo se justifican en este contexto. No es que solo existen porque existen las redes sociales, pero solo se pueden explicar a través de ellas, porque las redes sociales les dan la posibilidad de existir, de ser tendencia, de ser virales.

En ese sentido, considerando que la comunicación y la interacción en las redes sociales es profundamente emocional e inmediata, se está hablando mucho del *politainment* y del populismo. ¿Qué es el *politainment*? ¿Cuál es su relación con el populismo?

Exacto, es un poco lo que estábamos hablando. ¿Qué es el *politainment*? Primero, hay que decir que la definición de *politainment* nace en una época en que las redes sociales ni existían; es decir, el término se inventó para explicar este fenómeno propio de la época de la televisión, cuando los políticos empezaron a entrar en programas de entretenimiento. Hasta cierto punto, la política y el entretenimiento vivían en universos paralelos. Nunca habiéramos imaginado ver, por ejemplo, a Winston Churchill en un programa tipo *Jeopardy*, en un programa de juegos de televisión. En un momento dado, en diferentes años y contextos, a partir de los años ochenta en Europa, por ejemplo, los políticos empezaron a penetrar en el ámbito del entretenimiento porque se dieron cuenta de que era una ocasión perfecta para darse a conocer a los ciudadanos en su faceta más personal: el político ya no iba a hablar de política, sino que se presentaba en un programa de entretenimiento para mostrarse como una persona común, a la que le gusta el fútbol, los perros, etcétera.

Crédito: Shutterstock



TikTok ha generado muchas controversias en la arena política global por su innegable vínculo con el gobierno chino.

Este fenómeno se enmarca en la mediatización de la política. Los políticos necesitan a los medios, aprenden a utilizarlos y penetran en el mundo del entretenimiento. Hoy día, personalmente, creo que se tiene que dar un giro a esta definición de *politainment*. Las redes sociales han generado una nueva oleada de *politainment*; es decir, los políticos no solo entran en el ámbito del entretenimiento, sino que utilizan las técnicas del entretenimiento. Concretamente, utilicé este término para explicar las performances de los políticos en TikTok. ¿Qué hacen los políticos en TikTok? De alguna forma imitan o intentan hacer lo que hacen los *influencers*. Por lo tanto, hacen entretenimiento. El político que baila, el político que cocina, el político que canta una canción, etcétera. Esto sirve como un paso más en la personalización de la política. Ya no solo voy a la televisión para explicar que tengo un perro y que me gustan los perros para que la gente vea que soy una buena persona, sino que directamente me pongo a bailar y a cantar. ¿Por qué? Porque utilizo el lenguaje, particularmente en este caso, de TikTok.

¿Cuál es la relación entre el *politainment* y el populismo? Volvemos a lo que decíamos antes. Es decir, existen movimientos políticos que ya tienen en su ADN este tipo de performatividad, es decir, la política de la moderación. La política tradicional tiene mucho más riesgo; puede intentarlo, pero el riesgo de que un político se ponga a bailar, ¿cuál es?, que pierda credibilidad. Vuelvo al ejemplo de Winston Churchill. No puedo ni imaginarme a Winston Churchill haciendo el *Renegade Challenge*. “Este señor se ha vuelto loco. Un político debería hablar de cosas serias, ¿qué hace bailando?” Entonces, para el político moderado, por un lado, es difícil vincular contenidos complejos bailando y cantando. Aunque quiera hacerlo para acercarse, por ejemplo, a los más jóvenes, tiene todo que perder. El riesgo es que pierda credibilidad y sus electores digan “¿qué hace este señor bailando? Debería hablar de pensiones y del calentamiento global”.

En cambio, los actores populistas, tanto de izquierda como de derecha, ya tienen en su ADN la performatividad, porque el populismo de por sí ya es performativo. Benjamin Moffitt dice que

una de las características fundamentales del populismo es la *performance* de una crisis. Es decir, una hiper simplificación y emocionalidad. Por lo tanto, estos actores ya lo tienen en su ADN y tienen mucho menos que perder. Un político populista que baila no tiene el mismo riesgo de perder credibilidad que un político moderado. Por lo tanto, de alguna forma “está en su salsa”, está haciendo algo que ya sabía hacer antes, que siempre han hecho los partidos populistas. Y aquí hay una oportunidad más para enseñarnos que pueden hacerlo perfectamente bien.

Os doy un ejemplo italiano: Giorgia Meloni, el día antes de las elecciones, durante el día de silencio electoral en el que no se puede hacer propaganda política, publicó un TikTok en el que básicamente se representaba a sí misma cogiendo dos melones. Entonces, es bastante fácil ver, porque “meloni” en italiano significa melones. Pero hay algo más. “Meloni” en italiano no solo significa la fruta, sino que también es una manera vulgar de referirse a los pechos de una mujer. Por lo tanto, ella agarraba los dos melones, evidentemente, a la altura del pecho. ¿Qué estaba haciendo esta señora? Estaba simplemente sugiriendo su apellido, sexualizándose y también insinuando, como se dice vulgarmente, que “tiene cojones”, que es valiente. Con una misma foto, estaba sugiriendo tres cosas diferentes. Evidentemente, esto no es serio. Vuelvo a decir: ¿podríamos imaginarnos a Winston Churchill haciendo algo así? No. Pero un político populista ya lo tiene en su ADN, es parte de su lenguaje político. Por lo tanto, puede aprovecharse aún más de las redes sociales, que lo benefician aún más. ¿Por qué? Porque se le percibe como auténtico y real, como una persona que no tiene tapujos, que dice exactamente lo que siente.

Ahora que mencionas la lógica de TikTok, el *performance* y sus *affordances*, centrémonos en esta plataforma. ¿Qué cambios ha traído esta red social en la arena política en comparación con las anteriores?

Yo creo firmemente que TikTok es, de verdad, la última frontera del *politainment*. ¿Por qué?

Porque, por primera vez en la historia, desde un punto de vista puramente de *affordance*, reúne en sí todas las funcionalidades de otras plataformas. Es decir, todo lo que se puede hacer en otras plataformas se puede hacer en un único sitio. Pero, sobre todo, TikTok es puramente multimodal y audiovisual: todo es videos.

Sin embargo, aún más importante, TikTok ha nacido y sigue siendo una red para el entretenimiento. Entonces, ¿qué está pasando? Por alguna razón, una red creada por y para el entretenimiento se ha convertido en lo que yo llamo un *ágora*, una especie de plaza pública donde se discute de política. Pero, claro, se discute de política dentro de una estructura cultural del entretenimiento. Por lo tanto, tienes que intentar vehicular contenidos políticos haciendo entretenimiento. La única manera de estar en TikTok es hacer *politainment*. Aquí está el reto para los políticos: ¿cómo se puede hablar el lenguaje del entretenimiento sin banalizar el mensaje político? Y vuelvo a lo que mencionaba antes: hay actores que ya lo tienen en su ADN y, por lo tanto, no tienen ningún problema. Los actores políticos más tradicionales tienen un reto tremendo, porque el riesgo es que, si te inclinas demasiado hacia el entretenimiento o si lo haces de manera forzada, acabarás perdiendo credibilidad. Hay muchos ejemplos en todo el mundo de políticos que han intentado bailar y han quedado, claramente, patéticos. La primera opción es que pierdes la credibilidad, la segunda es que quedas como un *cringe*. Pensemos que, en TikTok, la moneda más preciada es la autenticidad. Si se te ve falso, como alguien que está haciendo algo totalmente no espontáneo, quedas muy mal. Y aquí está el reto para los políticos. Entonces, claro, ¿qué pasará en el futuro? No lo sé. Lo que sé es que probablemente TikTok pasará de moda en unos meses o un año porque va muy rápido. Pero lo que sí sabemos es que este tipo de lenguaje quedará, porque hay un antes y un después: ahora todo es audiovisual, rápido y divertido. Por lo tanto, un mundo donde el lenguaje es audiovisual, rápido y divertido, constituye un desafío tremendo para quien quiere vehicular mensajes políticos,

porque, evidentemente, la política en el 90 % de los casos no es divertida. Es difícil explicar temas complejos de forma rápida. Por eso, el *politainment* es inevitable. Si tienes que meterte en un entorno de entretenimiento, tendrás que hacer entretenimiento.

En ese sentido, ¿podemos afirmar que hay cada vez menos espacio para lo político?

Depende de cómo definamos lo político. Seguramente hay un cambio de lenguaje: el lenguaje político tradicional se tiene que adaptar. Podríamos opinar que no, porque en TikTok hay mucho contenido político que se expresa de una forma diferente. No es la política tradicional con un nombre de partido y que habla de políticas.

Pensemos en lo que está pasando ahora con Palestina. Vemos a muchos jóvenes de la generación Z involucrándose en la política casi sin saberlo, simplemente participando en un *challenge*. Justo antes de ayer me enseñaron un *challenge* de *My body my choice*, que es un típico *challenge* de cambiar de vestimentas que en Francia y Alemania fue tomado por activistas feministas para manifestarse en contra de las leyes contra el aborto. Por lo tanto, el *challenge* original, que utilizaba un colgador de ropa para cambiar de vestido y utilizar el que mejor te sienta, porque tú dominas tu cuerpo, ellos lo transformaron: a través de una metáfora cultural muy interesante, utilizaron el colgador de ropa de hierro, que en el mundo feminista recuerda los abortos ilegales. Este es un ejemplo de cómo emerge lo político. Desde mi punto de vista, absolutamente sí. Y quien lo niegue, no comprende que esto es política, aunque sea un lenguaje político totalmente diferente. El reto para un político de profesión es cómo entrar en este mundo, cuando está acostumbrado a hablar de números y estadísticas. Entrar en un reto donde hay veinteañeras bailando y cambiándose de ropa para luchar en contra del aborto. El reto está en encontrar una manera de conectar con este tipo de lenguaje.

¿Es Twitter (actualmente X) un elemento del pasado?

Depende mucho de los países. El hecho de que Elon Musk haya comprado Twitter es una mala noticia para las democracias, en el sentido de que sabemos que él tiene una agenda propia y esto es un problema. El hecho de que ya no exista una API de Twitter que funcionaba perfectamente bien para hacer investigación para las universidades es otro problema. Ahora, probablemente nos querrá hacer pagarla o manipularla. Mucha gente del ámbito más de izquierda se está moviendo hacia Mastodon y plataformas alternativas. Probablemente Twitter dejará de ser tan importante. Sin embargo, depende de los países. Todo lo que estoy diciendo es extremadamente eurocéntrico, porque hay países en los que Facebook sigue siendo muy relevante. En algunos países de Europa, donde hay cada vez menos jóvenes, si no estás en Facebook, no tiene sentido, porque la mayoría de los electores está en Facebook. Por lo tanto, dependerá de los países. Seguramente no es una buena noticia para la democracia.

¿Por qué no lo sería?

Porque esta persona, Musk, tiene una agenda propia. No sabemos exactamente cuál es, pero es evidente que es una agenda privada. Está tratando Twitter como su juguete. No sabemos exactamente qué quiere hacer, y él va a decidir quién habla y quién no, quién está verificado y quién no. Esto no es Twitter, se está volviendo tan opaco como TikTok.

Digamos que ha abandonado cualquier pretensión de neutralidad.

Absolutamente. Además, Elon Musk no se esconde. Te lo dice claramente: “aquí mando yo, esto es mío y hago lo que me da la gana”. Esto es bastante inquietante.

Por otra parte, hay muchos autores que han hablado de una geopolítica digital para explicar, por ejemplo, la prohibición de TikTok en India

y el creciente escepticismo en Estados Unidos en torno a esta red social. ¿Qué tan exacto es el uso del término geopolítica digital?

Yo lo interpretaría en un sentido más amplio. Volviendo a lo que decíamos antes, cuando hablamos de la importancia de las redes sociales, todo tiene que ser interpretado de forma local. Lo que es cierto en Europa no es necesariamente cierto en Latinoamérica, lo que es cierto en Latinoamérica no es necesariamente cierto en Estados Unidos, etcétera. Pero sí, en general es evidente que en Occidente hay cierta resistencia hacia TikTok por ser una plataforma china. Sin embargo, vosotros sois latinoamericanos y en Latinoamérica, TikTok es fundamental en cualquier elección, pues se usa muchísimo más que en Europa o en Estados Unidos, donde todavía son muy cautos por razones obvias. Luego tenemos el caso europeo, que es muy divertido: la campaña electoral para las elecciones europeas se ha jugado prácticamente en TikTok, pero dentro de la Comisión Europea y otras instituciones europeas, TikTok está prohibido. Por lo tanto, llegamos a la paradoja de que estos políticos se anuncian y hablan con sus electores en TikTok, pero una vez que entran en cualquier institución europea, no tienen permiso para usar TikTok. Es evidente que TikTok tiene una opacidad intrínseca por ser una plataforma china. No sabemos exactamente qué hacen con nuestros datos. Aunque ahora han lanzado su propia API, habrá que ver cómo funciona. Pero, bueno, hay que decir que esto existe. Y entonces, es cada vez más claro que, de cara a Estados Unidos, es mucho más fácil tener una relación con Meta por razones evidentes. No hace falta ni que las explique. Lo mismo que con Telegram, aunque ahora haya cambiado; al principio, Telegram se percibía como “¡uy! La red social rusa, ¡cuidado!”.

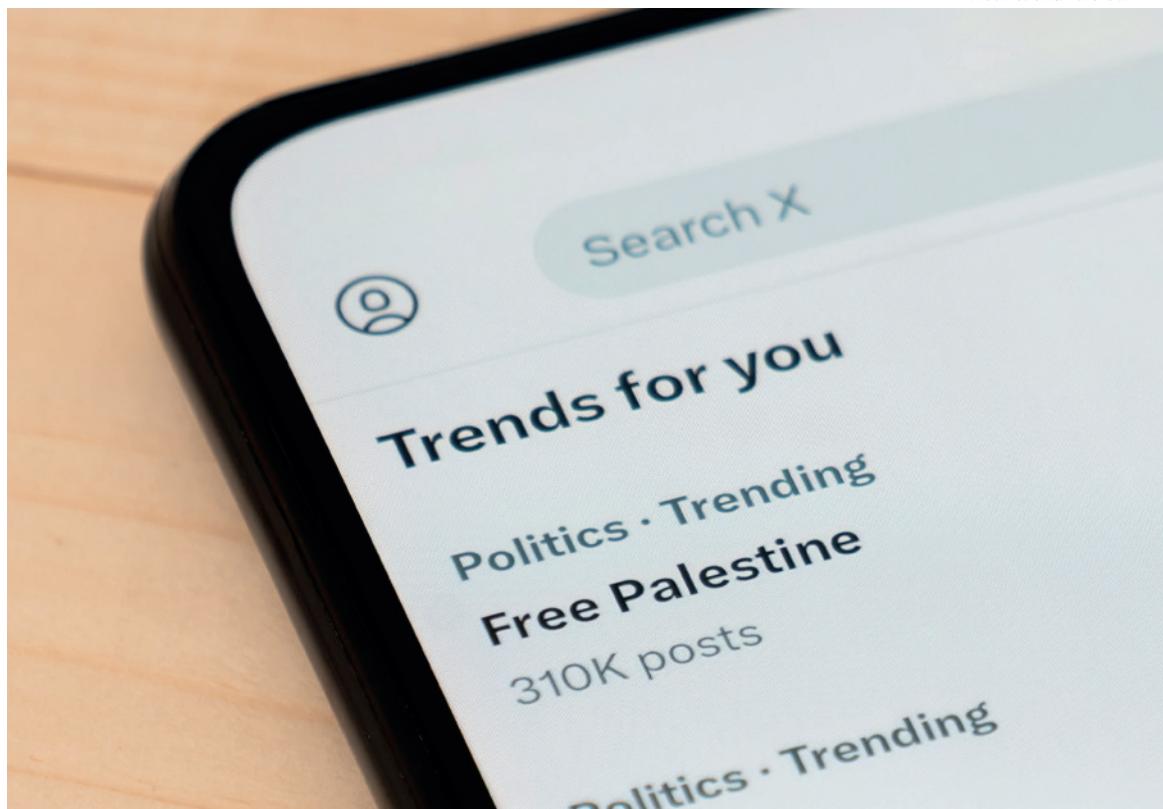
Si vamos a países no democráticos, evidentemente ni siquiera Facebook ni Telegram son opciones. Sin embargo, se usan otras redes. Hay investigadores que están haciendo trabajos muy interesantes viendo, por ejemplo, cómo las páginas web de citas se pueden utilizar como

herramientas de comunicación política allá donde no se puedan utilizar otras redes. Por lo tanto, seguramente hay una geopolítica digital, pero depende muchísimo del contexto del país, de cuál es la red más usada, etcétera. Y con esto vuelvo a lo anterior: cada vez más deberíamos interesarnos en las redes del llamado *fediverso*, es decir, las redes sociales alternativas, porque cada vez más veremos un uso mayor de redes sociales que no pertenecen a las grandes plataformas. Por un lado, para no ser rastreados y, por el otro, porque habrá más preocupación sobre estas grandes plataformas. Así, la gente se moverá a otras redes, pensando que son menos invasivas, como lo que está pasando ahora con Mastodon. Muchos de los que estaban en Twitter van a Mastodon creyendo, probablemente con razón, que es un lugar más democrático. Probablemente luego surgirán problemas y se mudarán otra vez. Es decir, evidentemente, la geopolítica digital influirá, y habrá países que se quedarán con las grandes plataformas y otros donde todo será mucho más diversificado.

¿Podríamos considerar que las redes sociales presentan una amenaza para la democracia?

Bueno, esto es algo complicado. Cuando salió la televisión, se dijo “*Television, the drug of a Nation*”. Es decir, las redes sociales en sí son un medio. Las redes sociales no son peligrosas para la democracia. La clave de las redes sociales es que han revolucionado la comunicación: ya no hay intermediarios. Por lo tanto, es difícil. Por un lado, el hecho de que desintermedien y permitan a todas las personas expresarse y encontrar información diversa es un gran paso hacia la democratización. Por otro lado, tenemos el reto de la sobreinformación y de la capacidad de discernir entre noticias verídicas y falsas, lo cual es cada vez más difícil. Está todo el gran tema de la inteligencia artificial y cómo puede manipular lo que vemos en redes sociales. Las redes sociales en sí no son una amenaza para la democracia. Seguramente esta sociedad de la información y los adelantos tecnológicos pueden tanto mejorar la democracia como amenazarla.

Crédito: Shutterstock



Las tendencias políticas en redes sociales han transformado la vida contemporánea.

La clave, como siempre, es el pensamiento crítico. Las redes sociales pueden ser una fuente maravillosa de información plural, de diálogo, de conocimiento y de interculturalidad, si se usan de forma positiva. Si se usan desde la ignorancia, son un problema. El reto que tenemos ahora es, en muchos aspectos, una gran incógnita y, de momento, nadie puede responder con certeza. La pregunta es la siguiente: ¿hasta qué punto los desarrollos tecnológicos, especialmente la inteligencia artificial, serán capaces de influir y, si se usan de forma negativa, de hacer imposible discernir lo bueno de lo malo en las redes sociales? Actualmente, existen *bots*, granjas de *bots*, seguidores falsos y *trolls* robóticos. Ya hemos visto cómo Putin pudo interferir en diferentes elecciones en varias partes del mundo.

Lo que no sabemos es cuánto peso tendrán estas influencias en el futuro. Aquí es donde surge un verdadero problema. Si el ser humano,

ni siquiera con su pensamiento crítico, puede contrarrestar la tecnología, estamos en problemas. Sin embargo, si la tecnología se usa de forma positiva, también puede aportar muchos beneficios. Por ejemplo, la idea de la personalización de las noticias puede crear lo que se llama balcanización. Si las noticias son “curadas” para hacerte creer que el mundo es un lugar peligroso y que todos los males provienen de los inmigrantes, lo crearás. Pero si, a través de la personalización, se genera un universo plural, la calidad de la información que recibes será mejor.

Evidentemente, esto sigue siendo un gran punto de interrogación. De momento, lo que podemos hacer es trabajar desde la academia, las escuelas y otros espacios, para generar pensamiento crítico. Esa es la clave por ahora. En un supuesto futuro distópico, no sabemos cuáles podrán ser las amenazas.