

#ENCAMPAÑA. POLITICAL DIALOGUE ON
TWITTER ABOUT PRIMARY ELECTIONS 2019
IN ARGENTINA

**#ENCAMPAÑA.
DIÁLOGO POLÍTICO EN TWITTER
SOBRE LAS ELECCIONES
PRIMARIAS 2019 EN ARGENTINA**

Natalia Aruguete

Resumen

Este artículo analiza el diálogo político en Twitter alrededor de las elecciones Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO) de 2019, en Argentina. Se atiende al comportamiento singular que tomó la polarización en esta campaña, en lo relativo a la conformación de comunidades, sus niveles de actividad y la propagación de sus narrativas.

Palabras clave: elecciones primarias en Argentina; polarización; diálogo político en Twitter.

Abstract

This article analyzes the political dialogue on Twitter around the Primary Elections (Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias-PASO) in 2019, in Argentina. It addresses the unique behavior that polarization took in this campaign, in relation to the formation of communities, their levels of activity and the propagation of their narratives.

Keywords: primary elections in Argentina; polarization; political dialogue on Twitter.

INTRODUCCIÓN

El diálogo político en redes sociales puede tomar vías alternativas y vehiculizar formas de comunicación divergentes... y hasta contrapuestas. En algunos casos, la conversación virtual allana el camino para movilizar colectivos sociales y promover desobediencias civiles saltando las vías tradicionales de la información. En otros casos, se delinean escenarios polarizados, dispuestos para intervenciones estratégicas que aprovechan las ventajas de un sistema que personaliza las relaciones entre “amigos en línea” y consolida las jerarquías existentes y la concentración del flujo informativo en pocas manos.

La polarización política cobra sentido en nuestra percepción de aquello que nos aleja del otro. Por caso, después de un debate presidencial es muy probable que los votantes observen una distancia ideológica mayor entre los candidatos que la imaginada antes de esa riña. Esa distancia percibida no surge de un análisis exhaustivo de iniciativas de política pública, sino del hecho de que los debates se enfocan exclusivamente en las dimensiones que contraponen a los candidatos. Por ende, los votantes quedarán predispuestos a interpretar cualquier consideración alrededor de tales candidatos tomando esa grieta como parámetro.

En tales contextos, los mensajes negativos pueden alterar nuestros marcos de referencia al momento de ubicar a los actores políticos en el espectro ideológico –más volcados a la derecha o a la izquierda ideológica– y dimensionar la distancia relativa que existe entre ellos. En definitiva, la polarización consiste en las distancias simbólicas que se crean a partir de los atributos destacados y los marcos interpretativos instalados mediante distintas estrategias comunicacionales.

Las grietas en el diálogo digital están motivadas por factores subjetivos como por lógicas estructurales del funcionamiento de las redes sociales. Concretamente, a las decisiones individuales de trabar relaciones entre “iguales” se suma la forma en la cual estamos interconectados y los filtros personalizados que ofrecen los algoritmos virtuales, aguzados para detectar las preferencias de los habitantes de distintas comunidades y distribuir contenidos a la medida de sus cosmovisiones. De allí que las burbujas de filtro cerradas no resulten solo de nuestras intolerancias individuales sino de la propia estructura topológica de las redes sociales. Es gracias a esa dinámica estructural que aquellos contenidos con los que acordamos tienden a estar sobre-representados en nuestro entorno virtual y a popularizarse con menor resistencia entre nuestros contactos inmediatos.

En tiempos de campaña electoral, la polarización en redes sociales suele decantar en comunidades confrontadas, que refuerzan el intercambio homofílico de mensajes entre sus miembros. En el interior de estas burbujas se forman narrativas locales, forjadas por usuarios que comparten mundos-de-la-vida virtuales e interpretan las causas y las consecuencias de los eventos de maneras antitéticas.

LAS #PASO2019 EN TWITTER

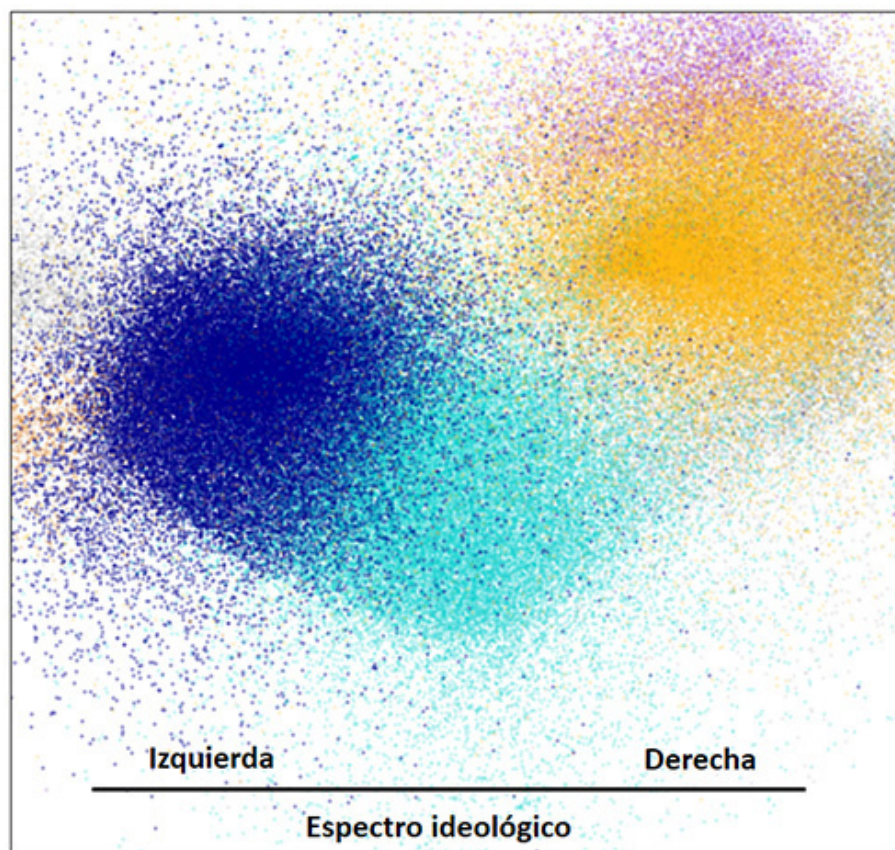
La campaña electoral para las elecciones presidenciales de Argentina-2019 fue un ámbito propicio para exaltar la brecha existente entre dos cosmovisiones: la que insistía en visibilizar la #CorrupciónK como tema nodal de la agenda argentina y la que destacaba los problemas socio-económicos como única explicación del voto en esos comicios. A primera vista, la actividad en Twitter en ocasión de estas elecciones pareciera ajustarse a nuestras presunciones de polarización, donde lo que se delinea fundamentalmente es una comunidad opositora al gobierno de turno y otra que comulga y amplifica la palabra oficial. Sin embargo, en un contexto plagado de operaciones políticas y de un lenguaje intolerante y tóxico, la grieta tiene sus bemoles.

En este artículo analizo el diálogo político en la red Twitter de las elecciones Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO) de 2019 en Argentina, un ejemplo elocuente de polarización política ya que presenta comportamientos inconsistentes en la conformación de comunidades, tanto en lo relativo a la cantidad de usuarios que integran dichas comunidades cuanto a sus respectivos niveles de actividad.

Entre el 17 y el 19 de agosto de 2019 recolecté los mensajes de Twitter que contenían términos relativos a la campaña electoral de Argentina. De todas las cuentas activas en la red #PASO2019, seleccioné 185.278 cuentas de alta actividad, que fueron responsables de 3.155.519 de tuits, por tratarse de los nodos-usuarios que participaron varias veces y figuran en lo que denominamos red conectada primaria. Para crear e identificar las comunidades, cargué las 3.155.519 de aristas de la red primaria conectada, que expresan la relación entre nodos. Identifiqué al autor de los tuits originales como autoridad y al usuario que retuitea información como seguidor, y sistematicé sus relaciones: H_retw a A_tw.

La ubicación de los usuarios en la red conectada fue estimada mediante el algoritmo para redes dirigidas Fruchterman-Reingold en R 3.2 `igraph`. Dicha posición en la red nos permite visualizar a los usuarios en un plano cartesiano. La dimensión 1 (eje horizontal)

Figura 1: Mapa descriptivo de la Red de Twitter en las #PASO2019, según cantidad de usuarios de alta actividad, 17 al 19 de agosto de 2019.



Nota: La red primaria conectada está integrada por 185.278 cuentas de alta actividad y 3.155.519 de tuits, capturados entre el 17 y el 19 de agosto. Se muestra la posición que la burbuja opositora (azul), la oficialista (amarilla) y la integrada por usuarios independientes (celeste) obtienen en la dimensión "Ideología" (eje horizontal). La comunidad amarilla, a la derecha del espectro ideológico, incluye 49.677 cuentas de alta actividad. La comunidad opositora, a la izquierda, contiene 40.344 cuentas de alta actividad, apenas por encima de la comunidad de usuarios independientes (comunidad celeste, en el centro y adosada a ambos polos), con 40.063 usuarios activos.

permite entender la posición en el espectro ideológico de los usuarios a partir del vínculo –es decir, la cercanía– entre los usuarios mediante los retuits.

En la Figura 1 se observan tres comunidades de usuarios que intervinieron más asiduamente en la interacción de la red #PASO2019: una azul, a la izquierda en el espectro ideológico, cuyas principales autoridades son fundamentalmente dirigentes políticos, periodistas y medios identificados con el Frente de Todos (FdT); una amarilla, integrada por cuentas relacionadas con el entonces oficialista Juntos por el Cambio (JxC) –entre ellas, la de @mauriciomacri aparece como la segunda autoridad más retuiteada–; una celeste, en el medio de ambos polos, con usuarios independientes.

La comunidad amarilla concentra un 27% del total de usuarios (49.677 cuentas de alta actividad) frente a un 22% de la azul y de la celeste (40.344 y 40.063 cuentas de alta actividad, respectivamente). Los cambiemitas ganaron en cantidad de usuarios y en nivel de interacción. Los mensajes de sus autoridades –aquellos usuarios jerárquicos cuyos mensajes alcanzan altos niveles de propagación– fueron retuiteados 1.328.542 (42% del total), mientras que los posts de la comunidad azul se republicaron 988.165 (31% del total). Lo que llama la atención es que mientras las comunidades azul y

celeste tuvieron casi el mismo número de usuarios (40.344 y 40.063, respectivamente), los independientes solo explican el 11% de la interacción total (344.480 retuits). Ello permite inferir que se trata de una comunidad poblada por muchas cuentas fakes, que no forjaron narrativas que ganaran terreno por una auténtica afinidad cognitiva e ideológica dentro de esa comunidad.

Como en toda red que se polariza cuando se activan discursos contrapuestos, la interacción fue fundamentalmente endógena: un 94% de los tuits de la comunidad cambiamista y un 89% de los mensajes pro-Fernández circularon confortablemente dentro de los límites de sus propias burbujas de filtro, en sintonía con las descripciones de una red social auto-confirmatoria y sesgada.

También fue singular el comportamiento de las autoridades en la red que penetran discursivamente en sus comunidades de pertenencia. En la comunidad azul, las cuentas institucionales con mayor difusión, lideradas por dirigentes políticos y periodistas de medios tradicionales, se mantuvieron inalteradas y plantaron bandera en una férrea oposición al macrismo. En la comunidad amarilla, en cambio, el protagonismo del candidato-presidente, Mauricio Macri, alienó la capa-

Figura 2: La cuenta fake @mauric_macri fue autoridad en las semanas posteriores al lanzamiento de la fórmula Fernández-Fernández.



idad del elenco estable de *trolls* de traccionar mensajes “chicaneros” y pujar por eclipsar temas, según lo requiera la ocasión.

Solo la cuenta fake @elcoya77 le ganó en los niveles de propagación de sus mensajes, al posicionarse como la primera autoridad de la burbuja amarilla, tal como ocurrió en distintas conversaciones virtuales alrededor de las últimas conmociones de la Argentina. Antes de actuar políticamente, un *troll* debe identificar el área de la red en la cual quiere intervenir, el tipo de usuarios al que quiere afectar y el tono de respuesta o comportamiento que busca provocar. Para poder hacerlo, ese *troll* tiene que ser aceptado por otros usuarios y la información que produce tiene que ser leída y compartida. Así lo hizo la cuenta de @mauric_macri, que se insertó sin prisa pero sin pausa en una red de usuarios conectados al espectáculo. Y cuando la ocasión lo requirió entró en escena en coordinación con otras cuentas, como @pipiixx, @agusalejook o @axelgmxmxxz, con las que encuadró el evento político jugando a dos puntas. Aquella cuenta fake fue la más retuiteada de la comunidad celeste al inicio de la campaña electoral, hasta que Twitter decidió suspenderla debido a la cantidad de denuncias recibidas en su contra. Con el tiempo, se fue conformando una maquinaria de cuentas coordinadas que quedaron ubicadas entre las dos principales comunidades.

Como se observa en la Figura 1, la burbuja celeste aparece adosada a los usuarios más intensos del peronismo-kirchnerista aunque también mantiene un intercambio asiduo con la burbuja cambiemista.

¿Cuán eficaz ha resultado introducir una estrategia de este tipo en el diálogo político de la red #PASO2019?

En Argentina, la conformación de narrativas intra-comunidades a lo largo de los cuatro años del gobierno de la Coalición Cambiemos alcanzó una densidad discursiva coherente y sin fisuras. De allí que las inyecciones mediáticas artificiales logren aumentar el volumen de la conversación pero queden vaciadas de contenido. No solo porque esas comunidades artificiales, creadas para la ocasión, se desprenden de las burbujas nodales donde se cuecen los encuadres mediáticos más consolidados, sino porque desaparecen rápidamente o terminan atrapadas en guerras discursivas entre las burbujas dominantes en lugar de apuntalar la percepción de polarización en la comunidad propia. El propósito que sí han logrado es el de embarrar la cancha, cauterizar temas que procuran invisibilizar y vaciar de contenido el campo discursivo. En esa disyuntiva navegan hoy las redes sociales.

Nota de la autora: Agradezco los valiosos comentarios que el investigador Ernesto Calvo ha hecho a la primera versión de este trabajo; queda eximido de cualquier responsabilidad sobre los errores u omisiones que pudieren existir.



Natalia Aruguete
Investigadora del Conicet y profesora de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina.
✉ nataliaaruguete@gmail.com