

Una lectura a la circulación de *fake news* políticas en redes digitales desde el interaccionismo simbólico

CÉSAR AUGUSTO GAVIRIA CUARTAS¹

Resumen

La presente ponencia es un avance de investigación acerca de la interacción digital de estudiantes de Comunicación Social de la Universidad del Tolima (UT) en torno a la divulgación de información falsa en línea. Para ello se emplea la perspectiva del *interaccionismo simbólico* como lente teórico desde el cual mirar interacciones que articulen el carácter presencial y virtual de las redes sociales en las que se insertan estos jóvenes, y el abordaje en dichas interacciones de información relacionada con hechos, personajes o instituciones políticas. La contrastación de resultados de prácticas de indagación de corte cuantitativo y cualitativo lleva a considerar la forma como se configuran grupos sociales que no se disponen a discutir la veracidad de información política que circula en

1 Doctor en Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Nacional de Colombia. Profesor de la Facultad de Ciencias Humanas y Artes, Universidad del Tolima. Director del grupo de investigación Comunicación y Democracia. Contacto: cyd@ut.edu.co



redes digitales, lo cual podría prestarse para un mayor robustecimiento de sesgos ideológicos en esos grupos.

Palabras clave: redes digitales, interaccionismo simbólico, *fake news*, información política.

La presente ponencia es un avance de la indagación titulada *Fake news políticas colombianas, emotividad e interacciones simbólicas online de estudiantes de Comunicación Social de la Universidad del Tolima*, adscrita al grupo de investigación Comunicación y Democracia, de la Universidad del Tolima. En ella, uno de los objetivos ha sido “identificar aspectos de conocimiento, intereses y expectativas individuales que hacen parte de las formas digitales de divulgación de información entre estudiantes del pregrado de Comunicación de la Universidad del Tolima”. Con base en lo anterior se plantearán aspectos de orden teórico relacionados con el interaccionismo simbólico y la contrastación metodológica de dos aplicaciones (una cualitativa y otra cuantitativa), así como parte de los hallazgos y algunas conclusiones derivadas de lo anterior.

Fundamentación teórica

Las diferencias estructurales entre la comunicación *offline* y la comunicación *online* han generado muchas de las consecuencias que se observan en la vida social del presente: mayor diseminación de información, más oportunidades para la interacción entre personas que no se conocen cara-a-cara y la exacerbación del carácter conversacional de estos contactos a través de la velocidad que ofrece la digitalidad son caracte-

rísticas de recientes formas de relacionamiento social. De paso, la circulación de información en línea —particularmente, de orden político— de la cual se desprenden distintas maneras de apropiación, reciclaje o replicación de noticias lleva entreverados los pareceres, los intereses y los deseos personales de los usuarios de estas redes, quienes incorporan a su concepción de lazos sociales no solo los tradicionales, basados en la presencialidad, sino también, los que surgen de la virtualidad técnica.

Por ello, las redes *online* pueden ser entendidas como escenarios de interacción en los que se despliegan distintos comportamientos individuales, según la estimación social que se tenga de cada red, lo que oscila, a su vez, entre las que son consideradas redes formales (por ejemplo, LinkedIn) y aquellas redes más concebidas para la espontaneidad y el personalismo (por ejemplo, WhatsApp o Twitter). Es allí donde adquiere relevancia la adopción del interaccionismo simbólico para intentar comprender diversas actuaciones de los usuarios en línea.

Recordemos tres de las premisas básicas del interaccionismo simbólico. Ellas son: a) el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que estas significan para él; b) el significado de estas cosas se deriva de —o surge como— consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo; c) los significados se manipulan y se modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso. Así, entonces, cada acto implica que el individuo realiza un proceso interpretativo que origina su actuar ante otros.

Al respecto, George H. Mead (1972), fundador de esta perspectiva, pretendió explicar la acción intencional de cada individuo (razones, motivaciones, pretensiones) en el curso organizado de su grupo social, y no como simple explicación del modelo “estímulo-respuesta” propio de la psicología conductista de inicios del siglo XX. Es decir, como expresión de la facultad sígnica de los individuos y los procesos de comunicación en el interior de las sociedades humanas “como un todo”. Crespo (1995) expone que para el interaccionismo simbólico el concepto de acto humano —a diferencia de la restringida noción de conducta humana— abarca el carácter intencional, recursivo y propositivo de las acciones del hombre. El acto es el primer paso, “que controla el curso posterior de la acción”, de lo que Mead denomina *actitud*. Ese control es una expectativa de lograr en el otro una (re)acción que corresponda con la experiencia socialmente conocida en la “comunidad de significados” a la que se pertenece, “dado que sabemos lo que significa tanto para los otros como para nosotros” (Crespo, 1995, p. 115). En la dinámica del proceso interactivo cada acto individual se convierte en un nuevo acto, que desencadena, a su vez, sucesivos nuevos actos durante el desarrollo de la interacción humana. Así, entonces, para Mead,

[...] la comunicación simbólica se caracteriza por la anticipación de la reacción de los demás actuantes y, por tanto, por el dominio de un saber simbólico, cuya característica central es el ser compartido por la comunidad de personas con las que se interactúa. (Crespo, 1995, p. 116)

Por su parte, Herbert Blumer (1982) —también teórico de esta perspectiva— explica que en dicho proceso interpretativo el agente se indica a sí mismo “cuáles son las cosas hacia las que se encaminan sus actos”; es decir, debe reflexionar por sí mismo cuáles son las cosas que revisten su particular significado. Esa reflexión es parte de un proceso social interiorizado, “puesto que el agente está ‘interactuando’ consigo mismo”, una auto-interacción que adquiere el carácter de proceso de comunicación propio de la vida social. Con base en lo anterior, tal proceso interpretativo se convierte en una manipulación de significados, pues “el agente selecciona, verifica, elimina, reagrupa y transforma los significados a tenor de la situación en la que se halla inmerso y de la dirección de su acto” (Blumer, 1982, p. 4). Con ello, a la interacción social *online* se la puede considerar no un mundo aparte de la vida física, sino un escenario en el que también se entrecruzan la personalidad de los sujetos, las rutinas adquiridas en sociedad y el accionar tecnológico de sus participantes.

Decimos, entonces, con Blumer, que el significado es un producto social resultado de la interacción del individuo consigo mismo, con otros y con el mundo. El individuo que interpreta “se coloca en la mirada y el punto de vista de su grupo. Somos individuos del grupo al que pertenecemos. Para los interaccionistas, jugamos roles. La interacción es en realidad una ‘dramatización’ de estos roles” (Bueno *et al.*, 2017, p. 462). Esto evoca el enfoque teatral de la cotidianidad analizada por Erving Goffman, quien avanzó teóricamente a partir de los postulados básicos del interaccionismo simbólico. Para Goffman, el escenario en el que se desenvuelve el actor en los momentos sociales habituales influye en su decisión de

qué, cómo, cuándo y cuánto revelar de su personalidad. Así, mientras en escenarios más circunspectos el individuo tenderá a actuar de manera más moderada y cuidadosa, en escenarios distendidos el individuo se inclina a mostrar mayor relajamiento y procacidad.

Lo anterior se verifica en el cambio de modales según estos escenarios,

[...] pues el actor quizá pueda estar más relajado en sus expresiones verbales en aquellas redes sociales donde no media una vinculación profesional o en las que busque representar un personaje más desenfadado, irreverente o cínico. Incluso puede ser su intención transgredir de modo constante el lenguaje. (Serrano Puche, 2012, p. 10)

La estructura relacional de la acción social se verifica en el uso de un lenguaje que responde a la concordancia de presuposiciones y al mutuo entendimiento de los mensajes que se comparten socialmente.

Así entonces, aunque la “atmósfera” de interacción y divulgación de información *online* presenta un vacío entre el control de la autopresentación y la verificación de las reacciones —sobre todo, en aquellas interacciones denominadas *n-ádicas* (es decir, de uno-a-muchos receptores desconocidos) (Lin y Tian, 2018)—, también debe decirse que a mayor sensación de cercanía entre quienes interactúan, habrá mayor confianza para expresar y transmitir cualquier opinión o información. En otras palabras, a pesar de que el anonimato, la asincronicidad y la no copresencia de la comunicación *online* hacen que la correspondencia entre las emociones de los interactuantes no pueda verificarse en el acto mismo de envío de un mensaje (tal como sucede en la interacción presencial), el lenguaje escrito y las diversas



imágenes encuentran en los supuestos sociales de cada actor el respaldo para interactuar simbólicamente. Todos estos términos exponen, en mayor o menor medida, que las redes sociales virtuales, además de ser herramientas para la creación, el intercambio y la evaluación de información, pueden convertirse en espacios de polarización grupal en los que son bajas las posibilidades de divergencia respetuosa entre puntos de vista, a la vez que son altas las posibilidades de fortalecimiento de sesgos ideológicos, desinformación e, incluso, ignorancia generalizada dentro de cada grupo social (Gálan Machío, 2016).

Esto ha llevado a la aparición de formas privadas de filtraje (Sunstein, 2003), ya no fijadas por terceros idóneos —en el sentido en que lo explica la teoría del *gatekeeper*—, sino por los consumos enlazados al acervo cultural, social o político de cada individuo que usa redes digitales. Algunas razones para la aparición del fenómeno de la homofilia *online* son: el trato con gente de preferencias similares como forma de disminución de riesgos inesperados y aumento de ventajas prácticas, y el sentimiento de pertenencia a un colectivo que refuerce la confianza y la solidaridad.

Metodología y hallazgos

La recolección de información para el presente trabajo se adelantó en dos momentos: una encuesta no probabilística a estudiantes de todos los semestres de Comunicación Social de la UT (221 encuestados) y un formulario *online* de pregunta abierta (171 respondientes), también a estudiantes de todos los semestres de Comunicación Social de la UT. Con base en lo anterior, se hizo una contrastación de la información recolec-

tada en ambas aplicaciones metodológicas, para establecer aspectos de conocimiento, intereses y expectativas individuales que entran en juego en sus contactos presenciales y virtuales con personas con quienes eventualmente se ha compartido información política falsa.

En primera instancia, se expone una parte de los resultados de la encuesta hecha a estudiantes del pregrado objeto de estudio. Cuando se preguntó a esos estudiantes si comparten información política a través de redes virtuales, el 52.9 % afirmó que la reenvía a todos o algunos contactos, y el 47.1 %, que no la reenvía ni la publica. Acerca de si tenían algún criterio para compartir información política *online*, la mayoría de los encuestados respondieron que conocer presencialmente a la persona es elemento clave para enviarles información política por vía digital (57.4 %), a diferencia de aquellos que dijeron tener otros criterios distintos de la presencialidad para compartir información política en línea (42.6 %). En el caso hipotético de que un contacto suyo les enviara información política falsa, solo el 33 % confrontaría a quien se la remitió, y el 7.2 % estaría dispuesto a denunciar ante las autoridades la falsedad de la información. El 59.8 % prefiere asumir otra actitud, como guardar silencio o borrar el mensaje.

En pocas palabras, los datos estadísticos muestran: que la mayoría de los encuestados comparte información política con sus contactos; que la presencialidad sigue siendo fundamental para compartir información política con contactos en red, y que solo una parte de ellos estarían dispuestos a tomar acciones de reconvención contra la difusión de información política falsa. Lo anterior genera una inquietud frente

al silencio que se genera en los casos de reconocimiento de información falsa. Por ello, en un segundo momento se les hicieron a los participantes unas preguntas abiertas sobre su opinión acerca de la recepción y la replicación de noticias falsas a través de sus contactos *online*.

En general, los participantes dijeron que les ofende la circulación de noticias políticas falsas, y en especial, que haya gente capaz de creer en información que consideran claramente manipulada. Uno de ellos dijo: “Da ira con las personas que postean esas informaciones, y risa por la inocencia de las personas que terminan creyéndolas”. Otros culparon al “ciudadano promedio”, de ser ese tipo de persona que no lee ni verifica bien antes de compartir. Al respecto, uno de ellos dijo: “Me molesta de sobremanera (al ser estudiante de periodismo y conocer las ‘mañas’ con las que algunos grupos sociales manipulan la información) que controlen a los ciudadanos promedios por medio de la información (las noticias, las columnas, la publicidad, etc.)”. Y otro participante agregó: “la información falsa puede llegar a mentes inocentes que apenas están conociendo el mundo de la política colombiana”.

Su sentimiento de molestia se convierte en decepción cuando quien publica o reenvía una información falsa es un familiar o un allegado de ellos. Uno de los participantes afirmó que los malos políticos “pudren” el país, pero quienes los apoyan se hacen cómplices de esos políticos: “Sinceramente me da asco saber que hay algunos familiares que apoyan a genocidas que pudren el país”. Otro participante agregó: “Mis abuelos, por ejemplo, son presas fáciles de este tipo de fenómenos, y su opinión sobre distintos temas ha sido deformada por esto”. Esto los lleva a so-



pesar el tipo de actuación que, consideran, deben (o pueden) adelantar según la persona con quien conversan presencial o virtualmente sobre información política de sospechosa autenticidad. Por ejemplo, hubo alguien que dijo adelantar labor pedagógica con sus familiares: “Si llego a escuchar a mi familia o allegados hablar y dictaminar como cierta alguna *fake new* siempre intento explicar las razones que se con el fin de informar y evitar que se expanda dicha información”. Mientras unos se animan a “hacer entender” a sus allegados la importancia de informarse a través de medios “transparentes” usando la vía argumentada para intentar convencerlos de su eventual equivocación, otros prefieren irse de frente contra quienes no piensan igual: “Me considero insistente al tener una razón y querer que las personas me escuchen, y hasta no hacerme sentir, no quedo satisfecho”. En el mismo sentido, otro aseveró: “El desagrado me hace tomarme las cosas un poco personales”. Pero hay muchos que prefieren guardar silencio.

Al respecto, muchos consideran a las redes virtuales espacios de confrontación, y prefieren, mejor, evitar choques, incluso si tienen razones sustentadas para apoyar su posición frente a algún hecho o personaje político: “siempre está latente el sentimiento de confrontación ante la falta de tolerancia respecto de otras formas de pensar”. Por eso, algunos prefieren opinar sobre política solo usando emoticones, *stickers* o iconos preestablecidos por la respectiva plataforma para reaccionar u opinar sobre asuntos, hechos o personajes políticos. Ello les evita un muy marcado compromiso político o posteriores intervenciones que alarguen la discusión del asunto en cuestión. Incluso, uno de

los participantes afirmó que discutir sobre política es perder el tiempo en “discusiones sin sentido que no llegarían a nada”. Esto lo relacionan con la afectación con su estado de ánimo: “No realizo este tipo de comentarios en redes sociales, precisamente para no caer en discusiones que afecten mi energía o ánimo, siento que es desperdiciar el tiempo y energía”. En muchas ocasiones prefieren evitar comentarios políticos, pues hacerlos podría prestarse para insultos. Uno dijo que la política, al igual que la religión, son temas que solo deben hablarse en privado. “Me molesta nadar [a] contracorriente”, dijo. Otro participante dijo que sus contactos “no ven la realidad desde otro punto de vista”, lo que le genera rabia e impotencia para cambiarlos de parecer.

Para ellos, muchas personas en Colombia no tienen la formación profesional suficiente para reconocer información política falsa que llega a través de redes virtuales, y por eso viven inmersas en falsedades políticas: “Esto al pensar que un gran porcentaje de la población colombiana no tiene los recursos y herramientas para poder hacer el mismo reconocimiento de la falsedad de la información; por el contrario, lo cree y lo sigue difundiendo”. En igual sentido, otro agregó: “la gente que cae en estas *fake news* muchas veces no cuenta con educación o amplios conocimientos y se aprovechan de esto para lograr su cometido”.

Conclusiones

Los estudiantes que participaron de este análisis sienten que el “ciudadano promedio” suele ser alguien que se deja envolver fácilmente por la información falsa, razón por la cual, consciente o inconscientemente,

esos ciudadanos ayudan a la replicación de las falsas noticias políticas. Consideran que dicho ciudadano promedio no solo difunde información política falsa, sino que se niega a reconocer su forma equivocada de entender asuntos políticos.

Esos estudiantes se sienten mejor preparados para distinguir la información verídica de la información falsa, al punto de que, a veces, adelantan debates que intentan alfabetizar políticamente a familiares y allegados. Sin embargo, en otras ocasiones prefieren no entrar en confrontación con personas a quienes no conocen presencialmente, a pesar de las evidencias que podrían usar para señalar el carácter engañoso de cierta información política.

Evitar la discusión sobre temas políticos facilita la tendencia a la homofilia social, en los grupos sociales en los que hacen presencia estos jóvenes universitarios (quienes solamente se animan a debatir de política con contactos cercanos). Lo anterior genera, de paso, una inquietud sobre eventuales sesgos ideológicos de personas que, inconsciente y prolongadamente, estén difundiendo información política espuria sin que encuentren en sus grupos sociales ciertos individuos que, de manera argumentada, les indiquen el error que están cometiendo.

Referencias

Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Hora.

- Bueno, T., Alves, M. y Vasques Ferreira, F. (2017). Interaccionismo simbólico como herramienta teórica e metodológica para o estudo no ciberespaço. *Razón y Palabra*, 21(96), 456-475.
- Crespo-Suárez, E. (1995). *Introducción a la psicología social*. Universitas.
- Galán Machío, A. (2016). *Agnotología: sociología de los campos de ignorancia y de los sujetos de su producción social*. Universidad Complutense de Madrid.
- Lin, T. Z. y Tian, X. (2018) Audience design and context discrepancy: How online debates lead to opinion polarization. *Symbolic Interaction*, 42(1), 70-97. <https://doi.org/10.1002/symb.381>
- Mead, G. (1972). *Espíritu persona y sociedad, desde el punto de vista del conductismo social*. Paidós.
- Serrano-Puche, J. (2012). La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. *Anàlisi* 46, 1-17.
- Sunstein, C. (2003). *Republica.com: Internet, democracia y libertad*. Paidós.