

2019-10-01

## El imaginario de la comunicación política en el ciberterritorio de Twitter

Laura Sofía Aguirre Peña

*Universidad de La Salle, Bogotá, laguirre35@unisalle.edu.co*

Marcela García Guerrero

*Universidad de La Salle, Bogotá, marcelagarcia61@unisalle.edu.co*

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

---

### Citación recomendada

Aguirre Peña, L. S., y M.García Guerrero (2019). El imaginario de la comunicación política en el ciberterritorio de Twitter. *Revista de la Universidad de La Salle*, (82), 59-68.

This Artículo de Revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Revista de la Universidad de La Salle* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

# El imaginario de la comunicación política en el ciberterritorio de Twitter



Laura Sofía Aguirre Peña\*  
Marcela García Guerrero\*\*

*¡Quieto todo el mundo! ¡Tengo 140 caracteres  
y no dudaré en usarlos!  
@microversos*

## ■ Resumen

El presente artículo tiene como objetivo principal comprender las redes sociales, principalmente Twitter, a modo de un ciberterritorio capaz de generar y cimentar transformaciones culturales y sociales. En este, se forjan procesos de comunicación basados en emociones que pueden modificar la forma en que se percibe la realidad y se toman decisiones, pasando de lo imaginario a lo real.

---

\* Estudiante del programa de Negocios y Relaciones Internacionales, y miembro del semillero SY-ANALYTICA de la Universidad de La Salle (Bogotá, D. C.). Correo electrónico: [laguirre35@unisalle.edu.co](mailto:laguirre35@unisalle.edu.co)

\*\* Estudiante del programa de Negocios y Relaciones Internacionales, y miembro del semillero SY-ANALYTICA de la Universidad de La Salle (Bogotá, D. C.). Correo electrónico: [marcelagarcia61@unisalle.edu.co](mailto:marcelagarcia61@unisalle.edu.co)

Para sustentar esto, el texto expone la relación existente entre el territorio y las redes sociales, debido a que el territorio va más allá de los límites geográficos, de acuerdo con Llanos (2010), y se convierte en un ciberterritorio. Además, evidencia cómo influyen el lenguaje y la comunicación en las decisiones políticas, resaltando la importancia de las emociones, las cuales se utilizan a manera de estrategias para convencer a los individuos en escenarios políticos o sociales.

**Palabras clave:** redes sociales, ciberterritorio, comunicación política, territorio virtual.

## Introducción

Las redes sociales han generado un cambio en el desarrollo y evolución del mundo actual. De acuerdo con Domínguez (2012), estas "posibilitaron el vínculo entre gran cantidad de personas al ámbito mediático y al político. Ya sea porque comparten los mismos intereses, o porque opinan diferente, la herramienta les permite desarrollar, intercambiar y compartir información libre e inmediatamente" (p. 81), lo cual crea otras maneras de percibir la realidad.

Así, el intercambio de información en las redes ha modificado la forma en que la sociedad se desenvuelve, por ejemplo, "las personas son más capaces de organizarse, reunirse y comunicarse debido a las redes sociales" (Gelpi Texeira, 2018, p. 25). Esto hace que las diferentes interacciones sean más rápidas y se desplieguen en un territorio virtual.

Teniendo en cuenta lo mencionado, el presente artículo tiene como objetivo exponer las redes sociales como un imaginario de un ciberterritorio, puesto que, en ocasiones, se pasa de tomar acciones en el mundo real a tomar decisiones en un escenario virtual. Para esto, el texto está dividido en tres partes: se inicia explicando por qué las redes sociales, en específico, Twitter, se pueden entender como un ciberterritorio o un territorio virtual, a partir del concepto de Martínez (2014). Luego, se muestra cómo estas redes sociales son influenciadoras para tomar decisiones, sobre todo en el ámbito político o

social (durante elecciones y protestas sociales, por ejemplo). Para puntualizar, se presentan las conclusiones.

### **Las redes sociales: territorio virtual**

Los vínculos e interacciones en las redes sociales han configurado lugares o espacios virtuales que han propiciado la construcción de un territorio ciberespacial o sin fronteras (Martínez, 2014). Así, quien se ve inmerso en la realidad virtual, vive una reconfiguración de las relaciones sociales, en la forma en que se comporta y comunica frente a diferentes ámbitos de índole político/cultural.

En consecuencia, se deduce que existe un vínculo entre las redes sociales, entendidas como territorios ciberespaciales, y la comunicación política que se desprende de estas, dado que las nuevas formas de comunicación producen una serie de modificaciones en los comportamientos, por ejemplo, en las decisiones de los individuos con respecto a las elecciones. Sobre esto, Galicia, García y Cansino (2016) dicen:

el mejor ejemplo que ilustra la relevancia de internet, y en particular de las redes sociales en la comunicación política, es la campaña del demócrata Barack Obama, quien utilizó como estrategia de comunicación la tecnología de internet y las ventajas de las redes sociales. (p. 103)

En este punto, es importante resaltar que, en el marco de la globalización, diversos escenarios —académicos, políticos, sociales, económicos— experimentan una transición según las exigencias y dinámicas mundiales. En el ámbito académico ha surgido la necesidad de diversificar algunos conceptos utilizados en este tipo de espacios, los cuales, debido a su naturaleza, son esenciales de cara al presente texto. Así, se presenta el territorio: “es un concepto que adquiere nuevos contenidos en el contexto de la globalización, son relaciones sociales que desbordan las fronteras de la comunidad, de la nación y que se entrelazan con otros procesos que ocurren en el mundo” (Llanos, 2010, p. 214).

Por lo tanto, se necesita entender que, recientemente, el concepto de territorio ha estado expuesto a diversas modificaciones; de acuerdo con Llanos (2010), “ha desbordado los límites fronterizos del pensamiento geográfico, para adquirir cada vez más una mayor relevancia al interior de otras disciplinas” (p. 207).

Además, es apropiado hablar de espacio o territorio como un vínculo conceptual empleado de diferentes maneras en determinadas disciplinas, con base en el carácter de la investigación. Independientemente del concepto que se aplique, hay que tener en cuenta que las nociones no son exclusivas de una sola disciplina (Ther, 2012), lo que facilita ahondar en distintas áreas del conocimiento y comprender hechos trascendentales desde múltiples perspectivas.

Como se mencionó, el cambio atribuido al concepto de territorio ha permitido aplicarlo con diversos enfoques en el mundo académico; no obstante, es esencial resaltar determinadas características que ayudan a identificar la construcción de un territorio. Tizón (1996, citado por Ther, 2012) expone:

el territorio se asocia a las apropiaciones de grupos determinados, lo que en definitiva implica tanto inclusión como exclusión de unos sobre otros. En este sentido, la territorialidad humana estaría en el vértice de un gran número de acciones humanas que implican, entre otros, poder, redistribuciones, funcionalidad, dependencia, abrigo y conflicto. (p. 5)

Esta reconfiguración conceptual hace entender que un territorio es un espacio en el cual se dan las estructuras sociales y culturales, que integran varias visiones y no siempre requieren de un lugar geográfico. En este sentido, el territorio virtual es donde se produce la construcción de comunidades y se desarrollan temáticas en torno a la política, la economía y otros aspectos que interfieren en él. Así lo expone Martínez (2014), quien afirma que las comunidades virtuales “incentivan la participación ciudadana en el ciberespacio para tratar asuntos de índole político que tengan que ver con nuestra democracia y que buscan el interés común de todos los ciudadanos” (p. 24).

Ahora bien, las redes sociales se pueden identificar como comunidades virtuales, si se tiene en cuenta su influencia en asuntos coyunturales y en la difusión de conocimiento; sin embargo, estas no requieren de un espacio geográfico para su desarrollo, dado que generan ciberterritorios. Su trascendencia en la percepción de los individuos origina nuevas relaciones sociales y tendenciales, por ende, crea una cultura, la cual se ve afectada por las actividades que se dan en las diferentes plataformas. Según Llanos (2010), “el territorio como concepto hace referencia a elementos presentes en la realidad; es decir, describe los elementos empíricos contenidos en el objeto de estudio y facilita la generación de nuevo conocimiento” (p. 208).

Por otro lado, las redes sociales son herramientas fundamentales que desarrollan un lenguaje único que se reconoce con rapidez en diferentes escenarios. Esto genera una identidad en los individuos y, a partir de esta, se despliega una cultura que promueve acciones colectivas en torno a las coyunturas que los involucran. Existen diversas redes sociales, cada una cumple una función diferente, de acuerdo con Congosto, Fernández y Moro (2011), quienes las catalogan de dos maneras: “se clasifican en privada y pública, la primera corresponde a Facebook y la segunda a Twitter” (p. 12).

Esta clasificación se determina por la naturaleza de la información que allí circula. Es importante precisar las características de las redes sociales, debido a la relevancia de su manejo y del tipo de información que se publica. Facebook es una de las redes más significativas del mundo; su impacto en los países radica en la información que se propaga, los debates que surgen sobre las coyunturas y la cantidad de publicidad que se emite; esto último es ideal para las empresas, según Mejía (2019).

Esta red, usada como estrategia de *social media marketing*, logra un destacado tráfico de audiencia de valor para las marcas, lo que asegura el contacto directo con los individuos. Es la red líder, con más usuarios en el mundo, como menciona Mejía (2019): en enero del 2019, tenía 2.271 millones de usuarios activos, un 5% más respecto al año anterior. La variedad en la propagación

de la información captura la atención de los usuarios y los sumerge en una realidad virtual.

### **Twitter y la toma de decisiones**

Mejía (2019) expone que Twitter “cuenta con más 326 millones de usuarios activos en un mes” (p. 8). Su principal característica es la propagación inmediata de la información. Además, esta red les permite a los usuarios exponer sus opiniones en cuanto a diferentes temáticas y problemas coyunturales de índole político, económico, ambiental y social. Asimismo, la cobertura que brinda ayuda a difundir cualquier eventualidad en tiempo real, en cualquier lugar del mundo. Esta última característica es fundamental para la toma de decisiones ante cualquier suceso.

Debido a su influencia y significativos niveles de participación ciudadana, la red social Twitter ha sido utilizada como una herramienta para apoyar las dinámicas en los procesos electorales, con base en la cantidad de información que contiene y el contacto directo e inmediato con los usuarios. Por ello, en la academia, cuando se pretende estudiar la política y las redes sociales, la discusión se centra en Twitter, que tiene efectos reales sobre las luchas políticas y sociales, la movilización de masas, la preferencia política y la participación en votos para elecciones (Menéndez, 2014).

A raíz de lo expuesto, Araújo, Rivera y González (2014) afirman: “las decisiones de voto se mueven más por emociones que en convencer mediante razones, se abren horizontes inexplorados de relación entre neurociencias y comunicación política” (p. 6). En consecuencia, las opiniones generadas en las redes sociales se mueven por decisiones tomadas desde las emociones, las cuales producen comportamientos predecibles. Al momento de analizar los datos, sobre la base de la forma en que se comunican las personas en estas plataformas, se puede predecir una decisión.

Sin embargo, en algunas circunstancias, el exceso de información no significa un buen contenido, debido a que se alteran cuentas para formular estrategias

políticas de promoción o divulgación de datos. Esto da pie a la creación de contenido *fake*, que busca manipular la toma de decisiones, mediante la desinformación de los usuarios. De acuerdo con Llorente (2017):

la comunicación política responde de forma preocupante al discurso emocional y electoral, mientras que las ideologías se someten al proceso homogéneo de lo global. En el marco de una ciudadanía decepcionada con sus gobernantes, la pos-verdad ha llegado para quedarse. La receta con ingredientes de desinformación, populismo y mediatización es de consumo compartido. (p. 9)

La red social Twitter es valiosa por la inmediatez de la información y porque se ha convertido en un nuevo territorio que les permite a los usuarios hacer parte de una comunidad, donde se involucran de modo directo con los hechos coyunturales, lo que facilita la agrupación de determinados sectores sociales, medidos por la afinidad ideológica, política, cultural, económica y ambiental. Esto favorece la comunicación e interconexión, las cuales los llevan a ejecutar diversas actividades en pro de sus intereses.

Los sentimientos expresados en la plataforma son fundamentales para medir y determinar las conductas de los usuarios, quienes trasladan sus experiencias del mundo real al virtual y viceversa. Esto define su comportamiento y forma en ellos un criterio más firme. La política es el mejor escenario en Twitter para definir la actuación y participación de los individuos, quienes se impulsan por las emociones generadas con la información difundida. Ese espacio permite compartir y debatir, lo cual origina tendencias frente a posibles resultados que afectan de manera directa o indirecta la coyuntura de un país.

Esta nueva forma de hacer la llamada “política 2.0” crea espacios entendidos como ciberterritorios, en donde existe una comunidad que comparte opiniones y, tal vez, decisiones que llegan a tener repercusiones en la realidad, por ejemplo, en el momento en que se vota. En muchas ocasiones, mediante este nuevo modo de comunicación y expresión, es posible imaginar otra realidad: bastan 140 caracteres para creer que tenemos poder dentro de

un ciberterritorio —denominado Twitter—, para decir cómo podrían ser las cosas, a partir de la influencia en el contenido generado.

## Conclusiones

La globalización cambió de forma abrupta el modo de vida de las personas. La interconexión que trajo consigo permeó diferentes escenarios: político, social, económico, cultural. Dos de sus mayores legados son la creación del internet y la propagación de la tecnología y, con esto, el desarrollo de las redes sociales, cuyas acciones y flujo de información transformaron la manera de relacionarse en la sociedad y el mundo.

El impacto y acogida de las redes sociales alteró la visión de la humanidad para conectarse y comunicarse; la encaminó hacia la concepción de nuevos espacios para desarrollar temas coyunturales, mediante la difusión de información o transformaciones en el ámbito nacional, que se hacen visibles en el internacional en tiempo real.

Hoy, el mundo está expuesto a cambios trascendentales. Ante esto, la academia y diferentes disciplinas se mantienen en una evolución conjunta, con el fin de explicar la relevancia de las redes sociales en lo contemporáneo, lo cual requiere de modificaciones conceptuales para que estos términos se puedan aplicar en los estudios presentes y futuros enfocados en los desafíos y temáticas digitales.

Como se mencionó en el desarrollo del presente trabajo, uno de los conceptos más destacados es el de ciberterritorio, entendido como una red social, por ejemplo, Twitter, o como un escenario para desplegar temáticas que alteran la vida de las personas. Esta red no solo conecta a diferentes sociedades y traspasa fronteras, también tiene una comunidad propia, cuyo fundamento es el ámbito político.

El ciberterritorio de Twitter tiene un nivel especial en las experiencias y relaciones que en él se desarrollan, así, posee un importante poder en las actividades

coyunturales de acuerdo con la naturaleza de la información que se propaga. Por esto, su impacto en la toma de decisiones es determinante en el mundo actual, en especial, en la esfera política, lo cual conlleva vislumbrar una renovación del modo de hacer-vivir la política nacional y mundial, al tiempo que genera un desafío para las sociedades y los exponentes políticos.

## Referencias

- Araújo, J., Rivera, I. y González, B. (2014). *Neropolitica, Facebook y Twitter: revolución en la observación y medición de los parlamentarios en las redes sociales*. [http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014\\_actas/044\\_Ruas.pdf](http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/044_Ruas.pdf)
- Congosto, M., Fernández, M. y Moro, E. (2011). *Twitter y política: información, opinión y ¿predicción?* <https://core.ac.uk/download/pdf/30276787.pdf>
- Domínguez, N. (2012). Política 2.0: el uso de las redes sociales en la política argentina. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 5 (1), 77-104.
- Galicia, S. J., García, A. E. y Cansino, C. (2016). Democracia, opinión pública y redes sociales. En C. Casino, J. C. Santillana y M. Echeverría (eds.). *Del homo videns al homo Twitter, democracia y redes sociales* (pp. 83-115). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Gelpi Texeira, R. (2018). *Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay* (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. <https://eprints.ucm.es/49515/1/T40361.pdf>
- Llanos, L. (2010). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 7 (3), 207-220. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-54722010000300001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722010000300001&lng=es&tlng=es)
- Llorente, J. A. (2017). La era de la posverdad: realidad vs. percepción. *Uno D+I Desarrollando Ideas*, (27), 8-10.
- Martínez, S. (2014). *Redes sociales: un nuevo actor en la esfera política* (trabajo de grado). Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, España. [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/31121/1/TFG%20Soraya\\_Mart%C3%ADnez.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/31121/1/TFG%20Soraya_Mart%C3%ADnez.pdf)

- Mejía, J. (2019). *Estadísticas de redes sociales 2019: usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, TikTok y otros*. <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Menéndez, M. C. (2014). ¿Está cambiando la comunicación política entre legisladores y ciudadanos? Un análisis del uso de internet por parte de los políticos. *Temas y Debates*, (27), 75-98. [scielo.org.ar/pdf/tede/n27/n27a03.pdf](https://scielo.org.ar/pdf/tede/n27/n27a03.pdf)
- Ther, F. (2012). Antropología del territorio. *Polis, Revista Latinoamericana*, 32, 1-17. <http://journals.openedition.org/polis/6674>