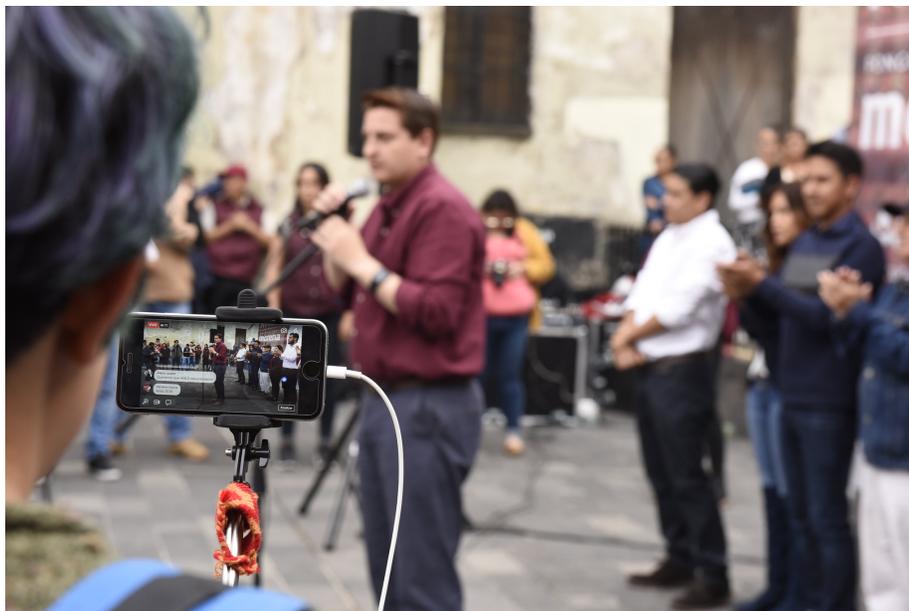


El contacto entre candidatos y ciudadanos cambió drásticamente con las redes sociodigitales

Montserrat Gómez

22 de mayo de 2021



Durante las campañas, los candidatos buscan ganar sus 15 minutos de fama a través de publicaciones que no contienen los argumentos necesarios para considerarse contenido de valor

En la actualidad los algoritmos de las redes sociales tienen un papel central en la difusión de los mensajes políticos durante los periodos de campañas, por tanto, es importante saber el funcionamiento de los motores de búsqueda, así como el comportamiento de los usuarios de Facebook, Instagram y Twitter, ya que al obtener estas métricas, se puede crear una base de datos confiable y fundamentada, explicó Juan Manuel Ortega Riquelme, académico del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Para Riquelme, si un político no hace uso de estas redes sociales, significaría no estar dentro del espacio público. “Utilizamos internet en su sentido más amplio, pues encontramos información adecuada y oportuna (...) Hoy por hoy, cualquier empresa que pretenda el reconocimiento de su marca, como cualquier político que quiera darse a conocer (...) sabe que no aparecer en redes sociales, significa su muerte política o su muerte económica”, señaló el investigador.

La cultura del espectáculo

Las redes sociales son una importante herramienta de comunicación que no pueden faltar en las campañas electorales y en el ejercicio del poder político en general, ya que los medios digitales han hecho más amplio el espacio público y han incorporado nuevas reglas y exigencias a los procesos políticos, expresó Raúl Trejo Delarbre, investigador del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Al populismo, le sienta bien utilizar los medios digitales en sus campañas debido a la relación que tienen los medios con la llamada “cultura del espectáculo”, que le otorga relevancia a cierto tipo de personajes vistosos, expresó el investigador, y agregó que, durante las campañas, es notorio que los candidatos buscan “ganar sus 15 minutos de fama” a través de contenidos populares y simplificados que no contienen la densidad o los argumentos necesarios para considerarse contenido de valor.

El sacrificio de la verdad

Por otro lado, los algoritmos de las redes sociales dificultan la interacción y el intercambio de ideas entre las personas, puesto que al estar aislados en “burbujas” llenas de nuestras preferencias, no se tiene acceso a ideas o versiones completas y/o verificadas de los asuntos públicos, expresó el investigador.

El internet está alejándose de su objetivo principal, el cual era el de conectar e interactuar con personas y ha ido tornándose en un espacio donde los mismos usuarios, grupos de interés e incluso las personas que están en el poder, buscan eliminar esos principios de libertad, que a su vez afectan a la democracia misma

y a la verdad, afirmó Julio Juárez, investigador del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM.

Hoy en día, concluyó el investigador, los usuarios en redes sociales apuestan por una visión que sacrifica la verdad. A través de las personas y contenidos con los que interactúan dentro de estos espacios, solamente buscan reforzar y validar sus propios puntos de vista, sin importar que estos contenidos busquen engañar utilizando datos o información no verídica o que obedezcan a un discurso político determinado.

La conferencia de Juan Manuel Ortega Riquelme, Raúl Trejo Delarbre y Julio Juárez se llevó a cabo el 11 de mayo de 2021 en el marco de la mesa redonda *Los medios y las redes en las campañas* moderada por Miguel Armando López Leyva, Director del IIS-UNAM. El video del evento se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=udw3P_9LTG4



Resonancias

Blog del Instituto de Investigaciones
Sociales de la UNAM

<https://iis.unam.mx/blog>

Contacto

Lic. Miriam Aguilar
Coordinadora de Difusión del IIS-UNAM
Correo: difusion.iis@unam.mx
Tel. 5622 7390

 [/iis-unam](#)

 [@IISUNAM](#)

 [/user/canaliisunam](#)