

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO**



**“EL ESPEJISMO DE LA MAYORÍA: CÓMO LAS REDES
SOCIALES DISTORSIONAN NUESTRA PERCEPCIÓN DE
LA REALIDAD POLÍTICA Y SOCIAL”.**

**TRABAJO TERMINAL QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN POLÍTICA Y GESTIÓN SOCIAL**

PRESENTA:

MARCO ANTONIO BAUTISTA OLMEDO

Asesor: Dr. Alberto Isaac Pierdant Rodríguez

Ciudad de México.

Noviembre, 2020.

**EL ESPEJISMO DE LA MAYORÍA:
CÓMO LAS REDES SOCIALES
DISTORSIONAN NUESTRA
PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD
POLÍTICA Y SOCIAL**

Agradecimientos:

En primer lugar, a mi madre, por haberme apoyado durante todos estos años en los que he dedicado esfuerzos a terminar mi licenciatura.

A mi institución, la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y a los profesores que me han enseñado tanto en cada uno de los trimestres que he cursado, algunos de ellos muy exigentes, pero de los que he aprendido mucho a lo largo de la carrera.

A mi asesor, el Dr. Alberto Pierdant, por sus correcciones y comentarios sobre este trabajo. Sin su ayuda mi trabajo no hubiera sido posible.

A mis compañeros de carrera, con los que he tenido muchas conversaciones fructíferas e interesantes sobre política, de las cuales he aprendido y disfrutado en cada momento.

Resumen:

En este trabajo se aborda la relación entre la tecnología y el comportamiento político de la sociedad actual. Utilizo la teoría de grafos como una manera de acercarme a esta tarea por la implicación que tiene la tecnología en la formación del pensamiento y de la opinión de los individuos y de éstos vistos de manera colectiva. A su vez, trato de explicar mis ideas y pensamiento por medio otros enfoques citando artículos en los que se aplica la teoría de grafos para saber la implicación de las redes sociales en el proceso político actual y cómo ha influido en los diversos grupos y movimientos sociales encarnados en distintos movimientos ideológicos.

INDICE

- **Introducción**
 - Objetivo e hipótesis
 - Justificación
 - Metodología

- **1. Capítulo I. El espejismo de la mayoría**
 - 1.1 Las matemáticas y las redes sociales. Una primera aproximación

- **2. Capítulo II. Influencia en redes sociales. El espejismo de la mayoría.**
 - 2.1 La centralidad de los nodos.
 - 2.2 Influencia, centralidad y formación de la opinión.

- **Capítulo III. La opinión pública.**
 - 3.1 La dinámica social.
 - 3.2 Persiguiendo ideas en redes sociales.

- **Capítulo IV. La articulación del nuevo espacio público.**
 - 4.1 El nuevo espacio público dentro de la red.
 - 4.2 Hacia la individualización y la búsqueda de lo colectivo.
 - 4.3 La búsqueda del yo en el grupo.

- **5. Capítulo V. Conclusión y reflexión final.**

- **Bibliografía**

*“Puedes engañar a todo al mundo algún tiempo.
Puedes engañar a algunos todo el tiempo.
Pero no puedes engañar a todo el mundo todo el tiempo”.*
Abraham Lincoln.

*“Todo hombre tiene derecho a dar una opinión, pero ningún
hombre tiene derecho a que su opinión gobierne a los demás”.*
Thomas Paine.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se aborda la relación entre la tecnología y el comportamiento político de la sociedad actual. Utilizo la teoría de grafos como una manera de acercarme a esta tarea por la implicación que tiene la tecnología en la formación del pensamiento y de la opinión de los individuos y de éstos, vistos de manera colectiva. A su vez, trato de explicar todo mi pensamiento por medio otros enfoques citando artículos en los que se aplica la teoría de grafos para conocer la implicación de las redes sociales en el proceso político actual y cómo ha influido en los diversos grupos y movimientos sociales encarnados en distintos movimientos ideológicos.

En el primer capítulo del trabajo hago un pequeño resumen de lo que es la teoría de grafos y resumo varios de los conceptos que a mí juicio son más importantes, con la intención de utilizarlos como una forma de explicar las relaciones sociales dentro de la red, así como formas de expresión y organización política.

En el segundo y tercer capítulos, realizo un pequeño resumen de varios artículos y experiencias sobre la organización social, los sesgos cognitivos presentes en las relaciones mediadas por las redes sociales y la conformación de la opinión pública a partir de los principales medios de comunicación actuales como la televisión e internet.

En el cuarto capítulo abordo la cuestión de la dualidad individuo y sociedad, pues ambos determinan las experiencias vividas por el sujeto, así como determinan su manera de pensar y actuar dentro de los límites de la actividad social al estar el individuo inmerso y enfrentado a la sociedad interconectada.

Por último, en el quinto capítulo, hago una reflexión sobre lo que determina al sujeto de acuerdo a mi perspectiva y para ello hago mención de uno de los experimentos más inusuales así como interesantes que surgió de la psicología social, para ligarlo con mi perspectiva del individuo enfrentado a la sociedad y en interacción con ésta, así como una mención a dos de los más importantes autores dentro de la corriente política que más me ha impactado, Alexis de Tocqueville y John Stuart Mill, pues ambos hablan de la sociedad democrática en torno a la libertad de reunirse y asociarse y de exigir la libertad individual y

la privacidad, así como el respeto por la individualidad del sujeto como ciudadano en un Estado.

Objetivo e hipótesis

Objetivo

El objetivo que me he propuesto en el tema de investigación es averiguar el proceso y las causas por las cuales la opinión pública, respecto a la política mexicana en general, parece estar más polarizada y distorsionada. Con base en la teoría de grafos y el análisis de redes sociales, se muestra una visión panorámica de la influencia de éstas en los individuos y el comportamiento que surge a partir de la interacción entre los individuos y la colectividad.

Objetivos particulares:

Se presenta una revisión de la teoría de grafos para conocer los principales conceptos que darán pie a la presente investigación, así como conocer su potencial alcance para explicar el comportamiento social y político en la actual sociedad mediada por la red. También se citarán estudios de otras áreas de investigación en teoría de grafos con el objetivo de hilvanar diferentes perspectivas y así tener un mayor panorama de la influencia-distorsión que suponen las redes sociales.

Hipótesis

La hipótesis que propongo en ese trabajo es que las redes sociales distorsionan la opinión pública de los individuos -o ciudadanos- respecto a la política mexicana, y que esta misma opinión no refleja lo que la mayoría piensa, pues las redes sociales sobrerrepresentan a unos cuantos pequeños grupos y su punto de vista, por lo que las acciones políticas que se toman no reflejan la verdadera opinión pública -a la mayoría- lo que hace que nuestro sistema democrático y representativo deje de ser precisamente eso, una democracia representativa.

Variables:

En cuanto a las variables, éstas pueden cambiar de acuerdo a la manera en cómo son recogidos los datos para definir el nivel de interacción de individuos y grupos y, por lo tanto,

su nivel de influencia y representación. Pero, a manera de generalizar y para simplificar, la variable independiente vendría siendo el nivel de interacción y generación de información que un nodo -individuo o grupo- genera para crear vínculos con otros nodos y de esa manera influenciar o impactar en la opinión pública y política.

La variable dependiente sería el alcance e impacto de los nodos sobrerrepresentados en una red respecto a la mayoría -aunque estas variables son más descriptivas o cualitativas, puesto que esta investigación no es de carácter formal, por lo tanto, no haré referencia específica alguna en términos matemáticos –conceptos que en su expresión formal se encuentran más allá de mi conocimiento-.

Justificación

En la actualidad ningún problema, especialmente de índole política, escapa al escrutinio público. El avance tecnológico posibilitó y acercó a los ciudadanos a involucrarse más de cerca con los temas de acontecer político, primero gracias a la radio, televisión y prensa. Ahora este acercamiento se hace de manera aún más cotidiana y personal, ya que las redes sociales permiten interactuar con políticos y grupos e individuos que persiguen cada uno una forma de pensar propias, hasta el punto incluso de querer imponer una visión o ideología por encima de las demás. La ideologización de las redes sociales y la cada día más evidente polarización que surge de ellas, es algo que no debe ser ignorado o pasado por alto, pues la tecnología es algo que ha venido para quedarse y la política, por lo tanto, no será en ningún momento ajena a este avance.

En este sentido, me parece pertinente una indagación al respecto, pues el uso de las redes sociales en nuestro país se ha extendido en la última década, lapso en que los ciudadanos se han hecho, cada vez con mayor presencia, partícipes de la *cosa pública* en su vida diaria al navegar y emitir juicios u opiniones de carácter político siempre que se sumergen en las redes virtuales. El acontecer político mexicano es cada vez más convulso y polarizado, y en una relación estrecha con los ciudadanos en el que el papel de las redes sociales tiene un peso más evidente que antaño, por lo que se presenta una oportunidad de poder abordar este problema mediante este trabajo de investigación.

¿Por qué es un problema?

El que ciertos grupos e individuos queden sobrerrepresentados en las redes sociales crea un problema para la democracia y su correcto funcionamiento, pues si los políticos toman acciones con base en lo que una mayoría aparente o ilusoria propone, ignorando que la mayoría real no se ve representada, el sistema democrático deja de serlo, por lo que es importante e interesante investigar este nuevo fenómeno que surge del uso de estas nuevas tecnologías de información y comunicación, y por la politización de éstas en la actualidad. De lo anterior planteo la siguiente **pregunta de investigación**: ¿cómo las redes sociales distorsionan la opinión política de los individuos y por qué sucede este fenómeno?

Lo que debo destacar en este punto es que la opinión mayoritaria se ve influida por aquellos individuos o grupos que quedan sobrerrepresentados a partir de la interacción en las redes sociales, misma que también impacta en el discurso y acción política, lo que va incrementando la importancia de la imagen y discurso político que es difundido en las nuevas redes virtuales.

Metodología

La metodología para el tema de investigación es eminentemente hermenéutica. Para esto he consultado diversas obras respecto al tema entre las que se incluyen algunos textos sobre teoría de grafos (Kadushin, Paniagua López, Molina, Freeman, Lerman et al, Breiger entre otros); escritos políticos (Sartori, Tocqueville, Mill); sociología (Rategui, Oltra) y documentos de psicología social (Ross et al, Dunning y Kruguer, Casto et al, Rojas Arredondo et al, Asch, Ross et al); con el propósito de comprender mejor el proceso de formación de la opinión política de individuos y grupos dentro de esos espacios virtuales, donde toda clase de información circula a cada segundo y qué individuos y grupos la utilizan con el propósito de influir en los demás. Me he decantado por la consulta e interpretación de dichos trabajos puesto que la recolección y procesamiento de datos para aplicar el análisis de redes sociales en este trabajo es muy compleja y está, además, fuera de mi alcance y tiempo disponible, sin embargo, pienso que los datos experimentales de los trabajos aquí consultados han sido de gran ayuda para la comprensión del potencial de esa nueva metodología basada en el análisis de redes, complementando mi explicación con otros trabajos que abarcan diferentes disciplinas y perspectivas de fenómeno social y político actualmente.

CAPITULO I

I. El espejismo de la mayoría.

En esta primera parte se revisa el concepto que ha dado pie a este trabajo, el concepto de **redes sociales**, el cual ha causado en mí una gran curiosidad. A lo largo de la investigación iré retomando algunos otros conceptos relacionados no sólo con la teoría matemática que me motiva a conocer este tema, la Teoría de Grafos, sino que trataré de relacionar con la mayor claridad posible esta teoría y su implicación -y porque no, su aplicación- en el ámbito político con referencia a nuestro país en el que existe una red social amplia. Ésta es proporcionada por empresas extranjeras como Facebook, Twitter, Google y sus diversos servicios entre otras más, es decir, con mayor cobertura a comparación con la que cuenta el propio Estado. Buscaré abordar su posible implicación en eventos sociales con consecuencias políticas para la sociedad y la relación de esta tecnología de comunicación en el quehacer político nacional.

Además de su impacto en la formación de la opinión pública, trataré de explicar otra de las consecuencias que tienen en el uso de las tecnologías de la información. Esta es, la de causar que sus usuarios encierren sus mentes en una especie de **burbuja cognitiva**, o como leí alguna vez en un artículo periodístico¹, *la burbuja del algoritmo*, lo que a mi parecer puede ser dañino para una sociedad que, en palabras de Carl Sagan (1996) dice, “vivimos en un mundo plagado de ciencia y tecnología y no tenemos idea de cómo funciona la ciencia y la tecnología”²; y aquellos que conocen el mundo de la informática y la programación, serán los nuevos dueños con gran control para moldear la sociedad a través del algoritmo. Por lo tanto, tratar de explicar el impacto del algoritmo en una sociedad siempre dinámica y con mayor incidencia e interés por la política es menester, ya que es casi regla general que el Estado siempre está por detrás de las innovaciones tecnológicas y científicas y sólo

¹ Este artículo fue el que me hizo pensar, por vez primera, cómo las redes sociales influyen en nosotros, en lo que pensamos y decimos a los demás, y también me hizo reflexionar acerca del papel de la tecnología en la política y, en última instancia, en nuestro sistema democrático. Véase en artículo en: https://retina.elpais.com/retina/2018/10/29/tendencias/1540798048_300892.html

² Última entrevista de Carl Sagan con Charlie Rose en mayo de 1996 (entrevista televisiva).

se da cuenta de su importancia cuando éstas ya se encuentran insertas en la actividad social.

“El espejismo de la mayoría” es un documento realizado por Kristina Lerman, Xiaoran Yan y Xin-Zeng Wu (2015) en el que explican, con ayuda de las matemáticas, la estadística y el concepto de ‘redes’, desarrollado en la década de los años sesenta, el impacto que tiene sobre los individuos las tecnologías de la información y la manera en cómo éstas pueden llegar a alterar y cambiar la percepción de la realidad de los individuos sobre algún acontecimiento social. Por ejemplo, un desastre natural, una manifestación, el cambio climático, la forma de la tierra, los avances científicos y tecnológicos y por supuesto no podía faltar el acontecer político en una sociedad cada vez más conectada. Así lo explican los autores de “el espejismo de la mayoría”:

“Social behaviors are often contagious, spreading through a population as individuals imitate the decisions and choices of others. A variety of global phenomena, from innovation adoption to the emergence of social norms and political movements, arise as a result of people following a simple local rule, such as copy what others are doing. However, individuals often lack global knowledge of the behaviors of others and must estimate them from the observations of their friends’ behaviors. In some cases, the structure of the underlying social network can dramatically skew an individual’s local observations, making a behavior appear far more common locally than it is globally. We trace the origins of this phenomenon, which we call “the majority illusion,” to the friendship paradox in social networks. As a result of this paradox, a behavior that is globally rare may be systematically overrepresented in the local neighborhoods of many people, i.e., among their friends. Thus, the “majority illusion” may facilitate the spread of social contagions in networks and also explain why systematic biases in social perceptions, for example, of risky behavior, arise.”³

³ Los comportamientos sociales a menudo son contagiosos y se propagan a través de una población a medida que los individuos imitan las decisiones y elecciones de los demás. Una variedad de fenómenos globales, desde la adopción de la innovación hasta el surgimiento de normas sociales y movimientos políticos, surgen como resultado de que las personas siguen una regla local simple, como copiar lo que otros

Como puede leerse en ese extracto del trabajo de Lerman, Yan y Wu, la implicación que pueden llegar a tener la influencia de las redes sociales es muy interesante, a tal grado que pueden cambiar ya no sólo la percepción, sino el comportamiento de las personas que las usan como medios para informarse, además por supuesto, de usar aquellas para pasar el tiempo libre, es decir, para su (in) actividad lúdica. Aquí debo hacer una aseveración, y es que la cita tomada del documento será la idea central de esta investigación. A partir de ella, desarrollo mi trabajo y también he recurrido a ésta constantemente, puesto que es esa afirmación la que me ha inspirado a investigar este tema.

Más adelante y a lo largo de este documento he desglosado las partes de la cita textual que he tomado y compartido líneas arriba, pero antes de ello, debo hacer otro pequeño repaso de los conceptos importantes de teoría de grafos y redes. He de hacer énfasis en que esta investigación emplea la matemática y su teoría de grafos para observar sus implicaciones en la teoría de redes

1.1 Las matemáticas y las redes sociales, una primera aproximación

La teoría de grafos es la herramienta que tomo como pilar o soporte de este trabajo. Para este capítulo utilizo algunas referencias que me han parecido sumamente explicativas, además del artículo de *Majority illusion* ya mencionado.

están haciendo. Sin embargo, las personas a menudo carecen de conocimiento global de los comportamientos de los demás y deben estimarlos a partir de las observaciones de los comportamientos de sus amigos. En algunos casos, la estructura de la red social subyacente puede sesgar dramáticamente las observaciones locales de un individuo, haciendo que un comportamiento parezca mucho más común localmente que globalmente. Trazamos los orígenes de este fenómeno, que llamamos "la ilusión mayoritaria", a la paradoja de la amistad en las redes sociales. Como resultado de esta paradoja, un comportamiento que es globalmente raro puede estar sistemáticamente sobrerrepresentado en los vecindarios locales de muchas personas, es decir, entre sus amigos. Por lo tanto, la "ilusión mayoritaria" puede facilitar la propagación de contagios sociales en las redes y también explicar por qué surgen sesgos sistemáticos en las percepciones sociales, por ejemplo, de conductas de riesgo. [Traducción propia].

Empezaré por el concepto fundamental de esta investigación: el Grafo. Éste es definido como “un conjunto de puntos denominados nodos (N) y líneas (L) que unen pares de nodos” (Paniagua López, 2012: 250)

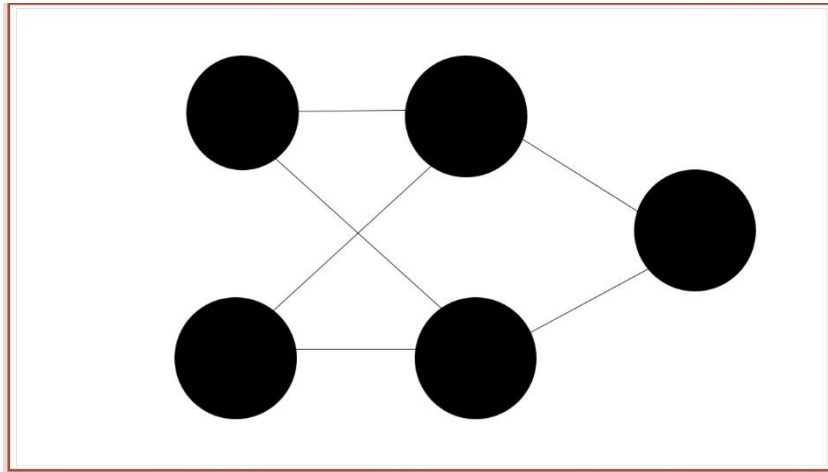


Figura 1: representación de un Grafo no orientado.

Como se puede observar, la figura 1 es la representación pictórica de lo que es un grafo. Es por supuesto una generalización, pero sirve como punto de partida. Consta de cinco puntos -en este caso- llamados **nodos**, todos ellos unidos por unas **líneas** que representan los vínculos entre los nodos. Los nodos pueden representar a individuos, grupos, organizaciones, empresas y hasta naciones. Lo importante a destacar aquí es que la teoría de grafos permite asociar toda clase de nodos ya que lo que más importa es la *naturaleza del vínculo* que tienen, por encima de los atributos que presente el actor -o nodo- en cuestión.

Las **líneas** -o vínculos-, representan la relación que tengan los actores entre sí -comunicación, amistad, intercambio comercial, influencia o relaciones de poder- que exista dentro de la red.

Existen diversos tipos de grafos; el de la figura 1, por ejemplo, es un grafo no orientado, es decir, que los vínculos entre los nodos no tienen una dirección. Esto quiere decir que el vínculo entre los actores es equivalente o, en otras palabras, la *relación es simétrica*.



Figura 2. Grafo orientado.

La figura 2 es la representación de un *grafo orientado*. Este grafo representa una relación en la cual el nodo a la izquierda tiene una relación de predilección por el nodo o actor a la derecha, donde apunta la flecha. Poniendo un ejemplo: si el nodo a la izquierda (A) fuera una empresa que requiere de los servicios o productos de la empresa B -representada por el nodo de la derecha-, entonces existe una relación entre ambas, claro que en el caso de la figura 2 es la empresa A la que, una vez obtenido el beneficio, puede prescindir de la empresa B, y ésta a su vez, buscar una relación de contrato si así puede seguir obteniendo el beneficio. En otro escenario, el grafo cambia ligeramente para que la relación se vuelva recíproca, y el sentido de la flecha también cambia a una flecha con doble punta o dos flechas en la que cada cual apunta en direcciones opuestas.

Los grafos también tienen acepciones; en el caso de un par de nodos conectados o vinculados por una sola línea se denominan **grafos simples** y denotan la relación de igualdad o simetría entre ambos actores; también se dice que son grafos que no tienen vínculos reflexivos, la diferencia es que la relación representada por la línea no contiene flechas que indiquen dirección o sentido. Sin embargo, para simplificar, podemos decir que con una línea simple o con una flecha de doble punta puede representarse el mismo tipo de relación entre un par de nodos (Paniagua López, 2012; Kadushin, 2013: 325). Existen más términos de referencia para grafos, pero los que interesan para este estudio son los ya indicados, mínimos en comparación con la cantidad existente de éstos. Por ejemplo, de acuerdo con Kadushin (2013) las

estructuras básicas de la red para la socialización están contenidas o más bien descritas por las diadas y triadas. La más simple es la diada, que ya fue puntualizada en la figura 2, como la representación de una relación o vínculo no complejo. La triada, de acuerdo con Paniagua López (2012), es un subgrafo que consiste en tres nodos y tres posibles líneas o vínculos entre ellos y, por lo tanto, la relación se hace más compleja con respecto a la diada con la entrada de un tercer actor.

Por otra parte, Kadushin (2013) expresa que es a partir de esta unidad de análisis, la triada, donde comienza el verdadero análisis de redes. Esto debido a que cuando entra un tercer actor, éste puede fungir como intermediario dentro de la relación recíproca en una diada, o como potencial beneficiario, ya que buscaría obtener alguna ventaja de la relación. Si fuera, por ejemplo, un grupo de tres amigos, en la cual dos de los nodos tienen una relación más estrecha que con un tercero, y este último tuviese un lazo mayor de confianza con alguno de los dos nodos, sin duda que el tercero, después de verse algo relegado en una situación de esa naturaleza, decidirá apoyar a aquél con el cual tiene mayor gusto o afinidad en caso de que surja algún conflicto entre los dos más cercanos. (Kadushin, 2013: 51) nos habla de diversas situaciones y hasta 16 clasificaciones o combinaciones que ilustran las diferentes maneras en cómo puede ser representada una relación dentro de una triada. Lo que destaca es que las relaciones en una red de este tipo tienden al equilibrio, ya que los actores buscarán generar las condiciones para llegar a ese estado, o, por el contrario, si no pueden llegar a generarse tales condiciones, se entrará en una especie de espiral de tensión, algo que podría ser superado casi únicamente por los miembros de la red o por la naturaleza en la que está inmersa dicha estructura. Por ejemplo, si fueran tres empresas en tensión, el actor que debiera intervenir para tratar de solucionar una situación problemática podría ser el Estado, como un nodo más de intermediación que aumenta el número de vínculos en la red, esto es, aumenta la *densidad* de la red, al tiempo que complejiza su funcionamiento, pero que sirve para tratar de desahogar un escenario conflictivo.⁴

⁴ Densidad, de acuerdo con Paniagua López (2012), es el número máximo de líneas que puede contener una red el cual está a su vez en función del número de nodos. Se calcula con: $Densidad \Delta = L/[g(g-1) \div 2]$

Algunas otras precisiones deben hacerse. La *simetría* es otro concepto que debo abordar antes. Como se observa en la figura 1, los nodos pueden estar enlazados por un vínculo, el cual puede ser orientado o no. Si lo es, se denota con una flecha en cualquiera de los sentidos que apunten hacia alguno de los nodos. Si sólo existe una línea o vínculo entre los nodos esta relación se dice que es una relación simple o *simétrica* (Kadushin, 2013. p39; Paniagua López, 2012, p.34). Esto significa que la *relación* entre los nodos es *equivalente*, pero cuando dentro de un grafo, donde hay más de dos nodos, existe una relación simple entre un par de nodos y una relación dirigida entre otro par que involucra a la relación simple de los nodos cercanos, entonces se dice que la *relación* es *valorada*. Con esto quiero decir que, gracias a la orientación denotada con las flechas y las líneas simples entre los nodos, se puede ver cuál de ellas tendrá una relación o afinidad con más valor que aquella relación que tiene un vínculo no dirigido o una relación simple, o sea, una línea o vínculo no orientado. La figura 3 será de gran utilidad para abordar conceptos que también me parecen importantes para entender las relaciones entre nodos.

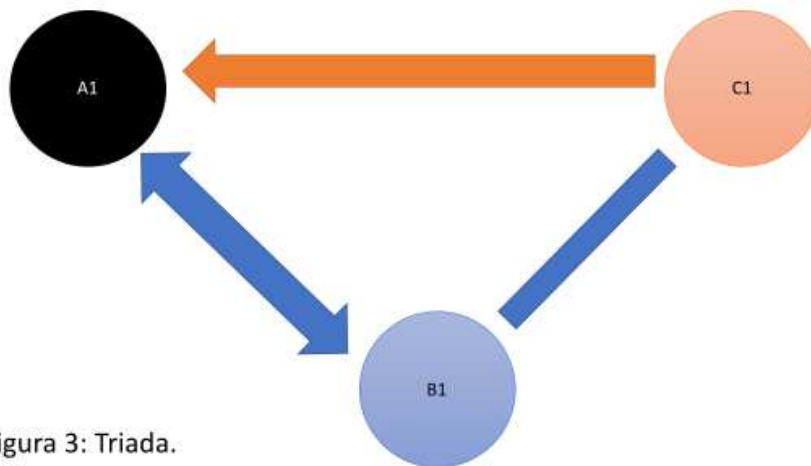


Figura 3: Triada.

La figura 3, la triada, es la situación en la cual el análisis de redes sociales comienza a presentar mayor orden de complejidad.⁵ Como también lo he indicado, de acuerdo con la clasificación de Kadushin (2013), pueden existir hasta 16 combinaciones de un grafo como ese. Debe tenerse en cuenta, en concordancia con Paniagua López (2012), que un grafo, cuando tiene vínculos orientados, se convierte en un *digrafo*, pero para simplificar la explicación, sólo me referiré a estas figuras simplemente como grafos.

En la figura 3 se pueden ver varios tipos de relaciones; por ejemplo, existe una relación simétrica y orientada entre los nodos A1 y B1, esto significa que el vínculo no sólo es recíproco sino además fuerte, por lo que puede decirse que se trata de un vínculo afectivo intenso en el caso de que fuera una relación sentimental, de amistad o, si se trata de un intercambio económico, diríase que se trata de una relación comercial intensa. Si se mira la relación entre los nodos B1 y C1, se observa un vínculo simétrico o equivalente, y aunque existe dicho vínculo, este no es fuerte o intenso, por lo que podría ejemplificarse como una relación profesional, sin amistad ni ningún otro tipo de interacción intensa, o si se tratara de un intercambio económico, éste no sería una relación comercial muy fuerte y frecuente. Por último, la relación entre los nodos A1 y C1 (figura 3); es orientada, y la orientación de la flecha -vínculo- va de C1 a A1 (C1>A1) en la cual se ve de forma explícita la afinidad del nodo en color anaranjado por el nodo en color negro. Al igual que en los demás nodos, si se tratara, por ejemplo, de una situación sentimental, diríase que al nodo C1 le gusta o atrae el nodo A1, pero éste no correspondería a tal sentimiento.

Con la introducción de más nodos en el grafo la complejidad de las relaciones va en incremento, especialmente cuando se trata de grafos -o *digrafos*- orientados, ya que empieza a verse cómo la valoración de las relaciones entre los nodos comienza a dificultar la relación entre éstos. Otros conceptos ligados a la importancia o influencia de un nodo sobre los demás son el *grado* y *densidad*. El primero, el grado, como lo define Paniagua López (2012; 37) de acuerdo con la teoría de redes “es el número de líneas que son incidentes con él (...) [Dicho de otra manera] el grado de un nodo es

⁵ Al nodo el color negro lo denotaré A1; nodo azul, B1 y nodo anaranjado, C1.

la suma de las líneas o vínculos que tiene ese nodo...”. En la figura 1 se observa que cada nodo tiene dos vínculos con diferentes nodos, así que, en el caso de ese grafo, el grado de cada nodo sería dos. Como apunta Paniagua López (2012) en la definición que proporciona, el grado (g) se estima con: $g = n-1$, donde n es el número de nodos en la red; y donde 0 es la ausencia de vínculos -nodo aislado-.⁶ Si un nodo tiene el número máximo de vínculos en un grafo, esto podría interpretarse como que el nodo está bien conectado. Si fuera una relación entre individuos, se diría que esa persona está muy bien relacionada con todos, al menos dentro de su círculo -pero eso se tratará en el siguiente capítulo-. La densidad es otro concepto interesante. La densidad en un grafo indica si todos los nodos están conectados o no, es decir, que todos tienen comunicación entre sí. La densidad es importante ya que esto indica la existencia de puntos ciegos en la red que puedan interrumpir el flujo de información en ella. Si no existen *agujeros estructurales* se dice que la red es completa: “En consecuencia, la densidad de un grafo es la relación entre el número de líneas existentes dividido por el número de líneas posibles” (Paniagua, 2012, 37).⁷ La densidad es un concepto que indica, mediante el cálculo de los vínculos entre los nodos, si una red tiene buena comunicación o conexión o si esta comunicación es muy baja. Como apunta Kadushin: “La densidad es un concepto clave para la comunidad, el apoyo social y la alta visibilidad (...) facilita la transmisión de ideas, rumores y enfermedades (...) cuanto mayor es la densidad, mayor es también la probabilidad de que una red sea considerada una comunidad cohesionada...” (2013; 57). El concepto de agujero estructural, también en Kadushin (2013; 58) es la situación en la que un nodo, el cual está vinculado a muchos nodos, desaparece, y por lo tanto deja de comunicar, influir

⁶ Ejemplificando: si seguimos con la figura uno, ya que hay cinco nodos, el número máximo de vínculos que cada nodo tendría sería de 4 (de acuerdo con la fórmula, si $n = 5$; $g=5-1=4$).

⁷ Siguiendo con el ejemplo de la figura 1, el grafo contiene cinco nodos. Un elemento importante para realizar el cálculo es el número de vínculos existentes, denotado con L . En este caso, la figura 1 tiene 6 vínculos en total existentes. (En dicha figura el número de vínculos puede conocerse únicamente observando el grafo, en caso de una red con mayor número de nodos y vínculos es más conveniente utilizar un software de análisis de redes). Ya que ' $L=6$ ', se retoma de nuevo la fórmula de densidad ($\Delta=L/[g(g-1)\div 2]$), sustituyendo, se obtiene: $\Delta=6/[5(5-1)\div 2]=6/10$. Por lo tanto $\Delta=6/10=0.6$. Esta cantidad puede expresarse en porcentaje, multiplicando por 100 el resultado de Δ obtenemos: 60%. Esto puede interpretarse como una situación en que el grafo no tiene una comunicación total. En una situación en la que los nodos son personas, podría decirse que los nodos involucrados tienen una relación con ciertos nodos adyacentes a ellos.

y conectar a otros nodos, con lo cual la red deja de ser tan cohesionada, es decir, la densidad disminuye.

Otros conceptos asociados a la red son: *Camino*, concepto el cual dice que “dos nodos pueden estar enlazados por rutas indirectas que pasan a través de otros nodos en el grafo”, con este concepto “se trata de saber si es posible que haya comunicación o contacto entre dos nodos que no son adyacentes...” (Paniagua López, 2012; 38). Este concepto nos ayuda a comprender cómo es que la información viaja desde un nodo a otro que se encuentra alejado del nodo emisor. Hace más de cien años, para enviar un mensaje a alguna persona con la que se tenía un lazo o vínculo amoroso o de otra naturaleza, era necesario enviar una carta, esta pasaba a través de carteros y oficinas postales que servían como intermediarios para llevar el mensaje. Con la tecnología actual, el envío de mensajes pudo prescindir de esos intermediarios y conectarnos directamente con aquella persona de nuestro interés. Como se verá más adelante, esta tecnología tiene implicaciones no sólo prácticas, ya que el mensaje es instantáneo, sino de otra índole que se refuerza por la naturaleza de los algoritmos.

Como puede verse, el camino ahora es más corto, y dos nodos que antes hubiesen estado más alejados ahora pueden estar más cerca. Otros conceptos asociados al concepto de *camino* son: *walk*, que explica la forma en que la información puede fluir entre un par de nodos distantes repitiendo vínculos y nodos como parte del recorrido del mensaje; *longitud*, el cual indica las veces que los nodos y vínculos aparecen cuando se envía o recibe algún contenido con información; *trail*, “es un camino en el cual todas las líneas -vínculos- son distintas, aunque algunos nodos pueden ser incluidos más de una vez. Ninguna línea es usada más de una vez” y *path*, “es un camino en el cual todos los nodos y líneas son distintos. Ningún actor ni ninguna línea son usados más de una vez” (Paniagua López, 2012: 34-43). Estos conceptos se refieren principalmente a la descripción de cómo la información puede circular entre los nodos pertenecientes a una red. La informática, por ejemplo, busca la eficiencia, así que la información, desde el nodo emisor hasta el receptor, buscará el camino más corto con el fin de reducir el tiempo de espera del receptor, es decir, busca la longitud más corta, por lo que el concepto de *path* se asocia con esta tarea.

Otro de los conceptos empleados en redes es el de *distancia geodésica* y *diámetro*. El primero es utilizado para calcular o cuantificar la distancia a la que está un par de nodos insertos en una red. Entre más pequeña la distancia geodésica entre un par de nodos en los extremos de la red, se dice entonces que la red es más unida o cohesionada. El segundo concepto unido a la distancia geodésica es el diámetro, el cual indica la distancia entre el par de nodos más alejados de la red.

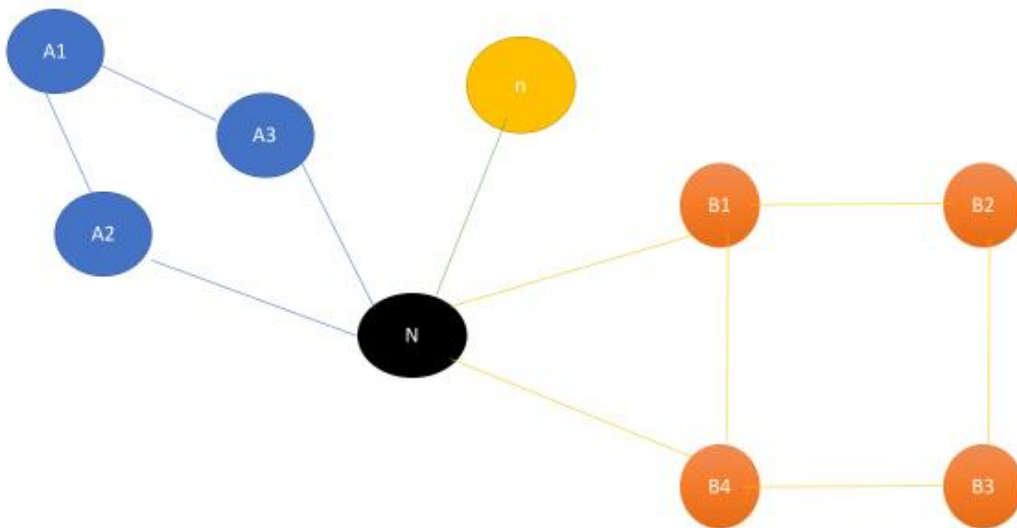


Figura 4. Distancia geodésica, diámetro, conectividad.

En la figura 4, pueden observarse algunos de estos conceptos. La distancia geodésica, por ejemplo, es la que iría del nodo A1 al nodo B2 o B3, que son los nodos de los extremos o más alejados. La distancia geodésica equivale a 4 [$d(A1, B2 \text{ o } B3)=4$]. El diámetro también tendría el mismo valor que la distancia geodésica, ya que son los nodos que están en los extremos de la red. Recordemos que estos conceptos van ligados a la eficiencia, por lo que, al calcular la distancia geodésica o el diámetro, se buscará el camino más corto entre los nodos de los extremos.

La *conectividad* es otro concepto útil, ya que a partir de esta se derivan conceptos que ya comienzan a relacionarse con cuestiones ya no solamente técnicas o cuantitativas, en aspectos de cálculo del grado o densidad de la red, sino con cuestiones sociológicas. Este concepto, así como todos los que han sido y serán mencionados en este capítulo, son el preámbulo sociológico que relaciona al estudio de las redes sociales y su impacto en la dinámica social y política.

Esquemáticamente los grafos tienen sólo líneas o flechas, las primeras indican una conexión entre nodos sin ahondar más, las segundas, las flechas, indican una conexión con una valoración o afinidad entre nodos. Dentro de la representación del grafo esto pareciera una diferencia poco importante, pero dentro de relaciones humanas, cuando un individuo prefiere a alguien sobre otra persona, esto puede tener consecuencias impredecibles. Es importante hacer énfasis sobre ese aspecto, ya que será útil como referencia más adelante.

En el trabajo de Kadushin (2013) se pueden hallar conceptos complementarios importantes dentro de la red, por ejemplo, el concepto de *agujeros estructurales*. Si se observa la figura 4, encontraremos que el nodo N es un nodo que sirve como punto de conexión entre los dos subgrafos, A1, A2 y A3 y el subgrafo B1 a B4. Este nodo intermediario, si desapareciera, dejaría aislados y sin conexión a los subgrafos A y B, además del nodo 'n'. Es decir, un *agujero estructural* es aquel o aquellos nodos en la red que, por su posición y centralidad con respecto a los demás nodos, sirve como intermediario y del cual dependen las conexiones de otros nodos en la red.⁸

La *intermediación* se refiere a la *interacción* entre dos nodos no adyacentes (Paniagua López, 2012; 57), es una idea que gira sobre otro concepto relacionado directamente, el de centralidad y grado. *Grado* se refiere al número de vínculos que tiene un nodo, lo cual indica que se trata de un nodo importante.

⁸ Para ejemplificar de manera sencilla; en una red eléctrica existen puntos que si son desconectados la energía eléctrica deja de fluir en las casas que dependen de la conexión eléctrica de esos puntos. Decimos, por tanto, que los nodos intermediarios serían los transformadores y los nodos pequeños son las casas. Si un transformador eléctrico dejase de funcionar dejaría de haber luz eléctrica en gran cantidad de inmuebles, por lo que los agujeros estructurales en una red eléctrica son muy frecuentes y visibles. (Kadushin, 2012: 58, 97-98).

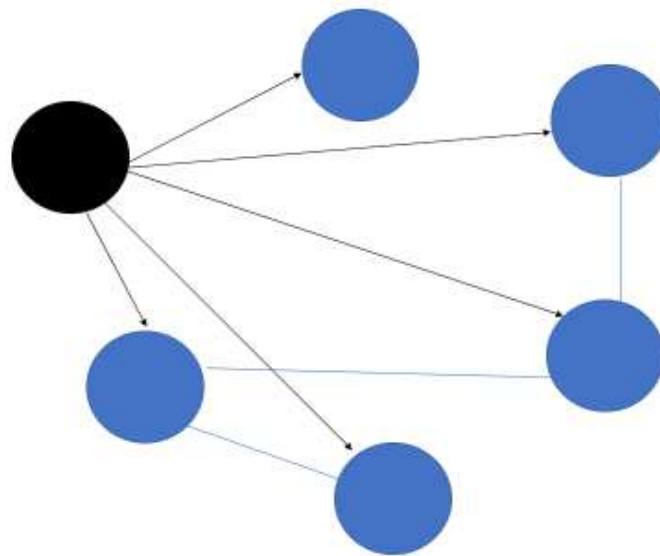


Figura 5. Centralidad y grado.

En el análisis de redes algunos conceptos se explican mejor a partir de las redes a las que hacen alusión dichas definiciones. En la figura 5 se puede observar la centralidad de un nodo y el grado. Puede verse que el grado de salida del nodo negro es equivalente a cinco, es decir, que por la forma de la red no se notaría la diferencia en la centralidad de un nodo a no ser por la forma y el número de los vínculos que tiene cada uno. El nodo en color negro es, por lo tanto, más *central*, debido a que tiene más *vínculos* que salen de él hacia los demás; si se tratara del consejo de administración de una empresa, por ejemplo, el presidente del Consejo o CEO sería el nodo con los vínculos de flechas negras, y por ende sería el que tuviera que indicar el camino o estrategia a seguir por la empresa. Si fuera una red política, el mismo nodo en color negro sería el que tome las decisiones sobre su estrategia de campaña y sobre su forma de gobierno, es decir, es el que tendría mayor influencia sobre los demás. Como puede observarse el grado de influencia de dicho nodo es enorme, ya que los demás apenas tienen contactos o vínculos entre ellos. Kadushin (2013) trata la centralidad como popularidad, mientras que Paniagua López (2012) los divide en grados, uno de entrada y otro de salida, cada uno haciendo referencia a la cantidad de

vínculos que cada nodo tiene y que pueden ser relaciones valoradas o un vínculo simple.

Aunque estos conceptos parezcan intuitivos, su definición es relevante para conocer las propiedades de la red y de los individuos inmersos en ella. Como mencioné anteriormente, el análisis de redes busca conocer las propiedades de los vínculos entre los nodos más que los atributos específicos de estos. Kadushin (2013: 55-75; 285-298) propone diez ideas básicas sobre el análisis de redes sociales.⁹ Entre ellas destaco las siguientes:

- I) La *interacción y relación* entre las unidades sociales sean personas, grupos u organizaciones, pueden impulsar, motivar y limitar a dichas unidades ya que cada una de éstas actúan bajo la influencia de otras similares a ellas, una interacción que crea normas sociales e instituciones siempre y cuando sean interacciones repetidas, que acaban formando sistemas sociales organizados fuertemente cohesionados.
- II) *Homofilia*. Esta es una idea simple y con un poder explicativo poderoso. Este término se aplica igualmente a individuos como a organizaciones y cualquier unidad social. El concepto se refiere básicamente a que las personas con ideas y valores parecidos tienden a asociarse unos con otros. Esta interacción es muy frecuente, lo que lleva al reforzamiento de la influencia dentro del grupo entre las unidades sociales, lo que al final se vuelve una especie de círculo que se retroalimenta a sí mismo.
- III) La homofilia se relaciona directamente con el concepto de *propinquidad*. Este concepto básicamente se refiere a la mayor probabilidad que tienen los nodos de relacionarse cuando sus intereses, cualidades, afinidades o proximidad son cercanos y muy similares. Con proximidad no sólo me refiero a la cercanía geográfica, es decir,

⁹ Las diez ideas y hallazgos, para mayor precisión pueden ubicarse en el capítulo 2, Conceptos de redes básicos, primera parte y capítulo 12, Diez ideas clave de las redes sociales.

un individuo en alguna escuela, por ejemplo, tiene más probabilidades de relacionarse con aquellos otros individuos que él sienta más parecidos, que con aquellos que no vea ciertas similitudes, por lo que su círculo de influencia social también depende del contexto en que el individuo se mueva.¹⁰

La idea fundamental aborda los factores que se desarrollan en un sistema social y que favorecen ciertos tipos de similitudes que conducen a vínculos determinados, se resume en cuatro procesos: “1) los mismos tipos de personas se juntan; 2) las personas influyen unas en otras y durante ese proceso van pareciéndose cada vez más; 3) las personas pueden acabar en el mismo lugar; 4) una vez están en el mismo lugar, ese mismo lugar influye en ellas para que se parezcan más” (Kadushin, 2013; 45-46).

Siguiendo la lógica que describen los conceptos de *propinquidad*, *homofilia* y la *interacción* entre nodos que refuerza sus propias creencias y valores, nos encontramos con otro concepto: *cohesión de red*. Ese concepto es básicamente lo siguiente: cuantos más vínculos existan entre los nodos de una red de todos los vínculos posibles, más cohesionada será la red. En un sistema social -grupo o comunidad, por ejemplo- esta cohesión se logra gracias a que los individuos pueden converger en un espacio de interacción -físico, pero también virtual gracias a las redes sociales e internet- de tal forma que “Las personas con los mismos valores y actitudes tienden a asociarse unas con otras. La interacción, a su vez, conduce a una mayor probabilidad de tener valores comunes [misma que] puede llevar también a influir en las ideas y valores de los compañeros de interacción” (Kadushin, 2013: 289). Por lo tanto, la *cohesión* se deriva de la *homofilia* y *propinquidad* que surge entre distintos individuos -también pueden ser grupos u organismos- que interactúan, pero que también les dificulta la superación de ciertas ideas y hasta prejuicios que los miembros de tales grupos alimentan entre sí.

¹⁰ Más adelante se hará referencia al concepto de círculos sociales, propuesto por George Simmel.

La *cohesión* provoca que la distancia entre los nodos en la red se acorte, es decir, que el diámetro de ésta sea menor, puesto que los nodos desarrollan vínculos con todos los demás, de tal forma que pueden prescindir de intermediarios dentro de su grupo. En pocas palabras, entre menos nodos intermediarios y menos puntos o agujeros estructurales existan en la red, habrá mayor cohesión entre los nodos. Los conceptos de *cohesión* y *densidad* -mencionados previamente- son conceptos complementarios. El primero es más descriptivo o cualitativo, ya que indica si los nodos de la red son muy unidos o cercanos, mientras que el segundo, densidad (Δ), es una forma de calcular y expresar esa unión. Si retomamos la figura 5 y realizamos el cálculo de la densidad resulta que no es una red muy cohesionada:

$$\begin{aligned}\Delta &= L / \{ [g(g-1)] \div 2 \} = \\ 8 / \{ [6(6-1)] \div 2 \} &= 8 / 15 \\ \Delta &= 8 / 15 \approx 0.533\end{aligned}$$

Como se observa en el cálculo correspondiente a la figura 5, del cien por ciento de los vínculos posibles, apenas existen la mitad de ellos, eso significa que los nodos en esa red no son muy cercanos o unidos uno de otro. Es decir, no es una red muy cohesionada (Paniagua López, 2012; 61).

Es importante precisar que el análisis de redes aún es un campo en construcción, que sirve como punto de partida para conocer la dinámica social que subyace a los procesos de cambio. Aunque se sigue discutiendo si el análisis de redes es una nueva técnica o un nuevo paradigma, desde mi punto de vista, creo que es una excelente perspectiva de aproximación para el estudio de los fenómenos sociales y políticos también, especialmente en la actualidad, en la que la tecnología jugará, cada vez con mayor presencia, un papel fundamental en el estudio de las interacciones humanas, gracias al poder de cálculo que se acrecienta con la entrada de más y mejores computadoras. Molina (2001) en “El análisis de redes sociales”, resume la importancia y la contribución de esta nueva perspectiva en cinco puntos: 1) “las

estructuras de las relaciones tiene un poder explicativo más importante que los atributos personales de los miembros que componen el sistema” y, a diferencia de la sociología tradicional, en la que se atribuía al sujeto su comportamiento a partir de normas internalizadas, la perspectiva de las redes toma en cuenta la estructura de las relaciones de los involucrados; 2) “las normas emergen en función de la localización de la estructura de relaciones existentes”, es decir, que los comportamientos que adapta para sí un sujeto depende de la posición o influencia e importancia, además del rol que juega dentro de un grupo o red social; 3) “las personas no se relacionan entre sí libre ni aleatoriamente, sino en función de la estructura de relaciones en las que están inmersas”, punto que se asemeja o es equivalente a la *homofilia*, por lo que el individuo tendrá un tipo de relaciones o vínculos específicos dependiendo del entorno en que se encuentra, es decir, desarrollará diferentes tipos de lazos con compañeros de escuela que con compañeros de trabajo, por ejemplo; 4) “el mundo está formado por redes y no por grupos”, es decir, que una persona no se limita a interactuar con un solo grupo definido y delimitado, sino que tiene vínculos con personas que a su vez tienen conexión con otros grupos distintos, lo que vuelve la red de influencia más grande y compleja, al tiempo que se superponen círculos de influencia para cada individuo, y; 5) “los métodos estructurales complementan y suplantán los métodos individualistas”.¹¹ Este es un punto que pareciera más un debate entre los sociólogos que se decantan por el individualismo metodológico y aquellos que prefieren el estructural funcionalismo parsoniano, pero es válido -y en esto estoy de acuerdo con Molina- que la estadística que puede ser utilizada para estudiar algún fenómeno social, como lo viene haciendo la sociología tradicional, desvincula a los sujetos de sus contextos específicos, por lo que el análisis que arroja como un promedio puede estar ignorando que los sujetos se mueven dentro de diversos círculos o redes y, por lo tanto, pueden no apegarse completamente a la hipótesis del investigador.

¹¹ El trabajo de José Luis Molina es pequeño, pero con un valor importante pues resume acertadamente el potencial y la utilidad del análisis de redes sociales en el ámbito académico.

Aquí he considerado aquellos conceptos del análisis de redes sociales que a mí juicio son relevantes para la exposición de este tema de investigación, no obstante, he de decir que aún hay muchos otros que se derivan de los que he mencionado anteriormente, pero que, en esencia, son conceptos aún más especializados y mejor entendidos con el uso de algún software de análisis de redes, ejercicio que aquí no representa un punto central. El propósito es dejar un antecedente para que el lector de este trabajo tenga una ligera referencia sobre la capacidad analítica y explicativa de esta herramienta en los tiempos en los que estamos inmersos cada vez más en tecnologías de la información y la comunicación, y en la que nadie es ajeno al acontecer social y político que nos rodea.

En el siguiente capítulo se verá cómo es que la tecnología, a partir de una serie de estudios aplicados, puede moldear la capacidad cognitiva del individuo a partir del uso de las redes sociales.

CAPÍTULO II

Capítulo II. Influencia en redes sociales. El espejismo de la mayoría.

Lerman (2015) y colegas en su artículo “La ilusión mayoritaria”, en resumen, indica la forma en que ciertos comportamientos e ideas se propagan en la sociedad, da como resultado que el resto copien, imiten o reproduzcan ciertas ideas. Esto se debe a que las personas se guían por observaciones intuitivas del mundo que los rodea, mismas que se refuerzan por el desconocimiento de la situación en general –o *sesgo* de información– y que la estructura social –la cual se percibe a través de las tecnologías que conocemos como redes sociales y que se ve incluso reforzada por el funcionamiento de los algoritmos– ocasiona que una idea o comportamiento nos parezca más común localmente –en nuestra red inmediata de relaciones– que globalmente –en la estructura completa de la red (Lerman, Yan y Wu, 2015). Esto quiere decir que, una idea, opinión, comportamiento o tendencia pueda estar sobrerrepresentada en la red de cualquier individuo. Tomaré como ejemplo, para ilustrar este punto, los siguientes grafos:

En la figura 6, se observan dos grafos muy parecidos entre sí.¹² En ambos hay seis nodos, cada grafo tiene la mitad de los nodos de dos diferentes colores y se encuentran en distintas posiciones. La observación hecha no versa tanto sobre esas características –color o posición– sino sobre los vínculos que cada nodo tiene y las relaciones entre ellos. Por ejemplo, el nodo 1 del grafo ‘A’ tiene cuatro vínculos con los nodos número 2, 3, 4 y 6 –no hay vínculos reflexivos-. Esta situación en la que los nodos en color blanco tienen una opinión distinta a los nodos de color azul, el nodo 1 pensará, por los vínculos que guarda, que su opinión es minoritaria, ya que los nodos 2, 4 y 6, en color azul, son de una opinión o idea distinta. El nodo 5 en el mismo grafo ‘A’, al igual que el primer nodo, por los vínculos que guarda, también creerá que su opinión es minoritaria, e inclusive, que sólo éste piensa de tal forma. Si se observan los nodos 2 y 4, también con una opinión distinta a los nodos en color blanco 1, 3 y

¹² Estos grafos son parecidos a los presentados en el trabajo de Lerman et. al., en el artículo de La ilusión de la mayoría, pero los he simplificado para no complicar la explicación con tantos nodos y vínculos.

5, pensarán que son ellos los de la opinión minoritaria. Y por su parte el nodo 6, al igual que el nodo 1, creará erróneamente que solo él piensa u opina de forma distinta.

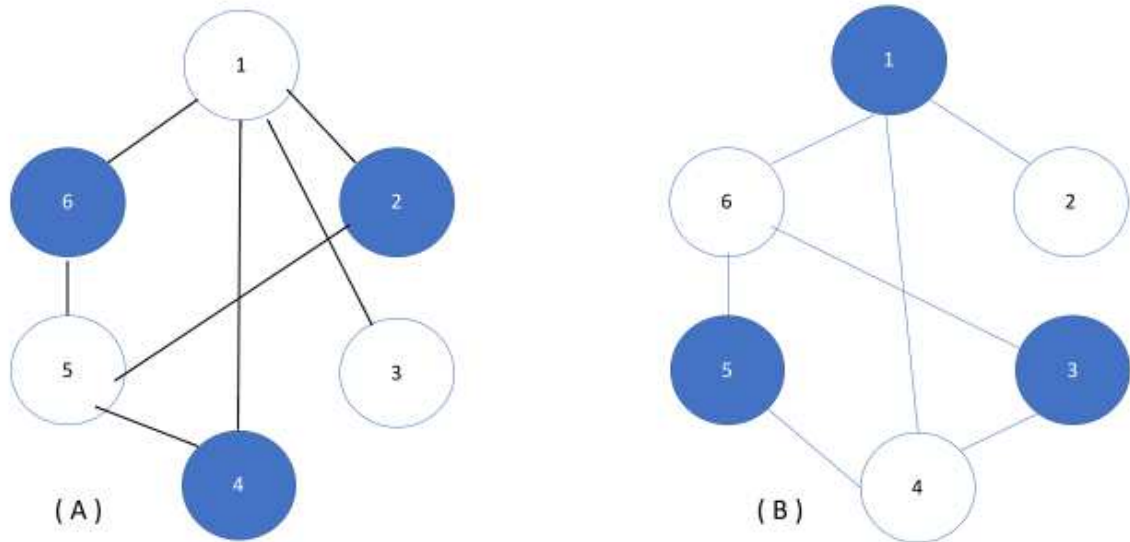


Figura 6. Sobrerrepresentación y desconocimiento de la red.

Una situación similar ocurre en el grafo ‘B’. Aunque con una densidad menor –es decir, presenta en comparación con el grafo ‘A’ menos vínculos– cada uno de los nodos individualmente piensa que su opinión, idea, comportamiento o afinidad es mayor o menor en toda la red -de toda la sociedad-. La clave de esto es que la opinión que cada nodo tiene se basa en una mera intuición. Por ejemplo, en el caso del nodo número 6 del grafo B, piensa que sólo él tiene -o es uno de los pocos- cierta idea u opinión particular, y que “todo el mundo” o la mayoría de sus conocidos tienen una opinión opuesta. El nodo 1 por su parte, piensa erróneamente lo mismo que el nodo 6. El nodo 4 también se encuentra en la misma situación que los dos anteriores.

En otras palabras, cada nodo, visto individualmente, llegará a una conclusión, que, en la mayoría de los casos es equivocada, de que lo que piensa, lo que dice o lo que hace es lo que todos hacen o, por otra parte, casi nadie, a excepción de él hace, piensa o dice. Esto debido a las mencionadas observaciones intuitivas reforzadas por el desconocimiento de la situación global de la red (Lerman, Yan, Wu, 2015).

¿Por qué sucede esto?, ¿no se suponía que una persona con ciertas características, afinidades, preferencias o creencias se relaciona con aquellas que son similares a ella?, ¿no se suponía que existía esa *propinquidad* u *homofilia* entre los individuos? La respuesta a estas preguntas pueden deberse, como había sugerido Molina (2001), a que esas ideas y comportamientos que los individuos -representados por los nodos- toman para sí, están en función de la localización de estos individuos dentro de la estructura de la red y de la naturaleza de los vínculos, y en su caso, dentro de la estructura formal donde el sujeto se desenvuelve, por ejemplo, en la escuela o su trabajo, lo que puede condicionar el que forme determinados vínculos, incluso contra su voluntad, ya que al estar en una institución formal como el lugar de trabajo, es necesario crear vínculos con los compañeros, pues sin esos vínculos sería difícil realizar las labores.¹³ Lo relevante, como se mencionó en el primer apartado, no es tanto el nodo, sino los vínculos que guarda y la naturaleza de la red.

Otros factores también se hacen presentes, los cuales ayudan a alimentar esta “ilusión de la mayoría”, entre estos factores tenemos: la *alta actividad* de los nodos, y su relación, como sugiere Lerman (2015) con sus colegas y con el grado de relación de los nodos:

“Local prevalence of some attribute among a node’s network neighbors can be very different from its global prevalence, creating an illusion that the attribute is far more common than it actually is. In a social network, this illusion may cause people to reach wrong conclusions about how common a behavior is, leading them to accept as a norm a behavior that is globally rare.

This is because such nodes are overrepresented in the local neighborhoods of other nodes. This, by itself is not surprising, given than high degree nodes are

¹³ Kadushin (2013) aborda la cuestión, ejemplificando que los individuos que se encuentran en determinados lugares, como la escuela, el trabajo, la familia u otro grupo, forman determinados roles, y con ello crean vínculos. Estos pueden ser formales e informales, es decir, de una relación puramente profesional y sin confianza, a una vinculación personal y de confianza, pero esto está determinado por la institución y lugar donde el individuo se encuentra y desenvuelve. Los vínculos y roles que desempeñemos están en función de la naturaleza de la red o institución.

expected to have more influence and are often targeted by influence maximization algorithms” (Lerman, Yan y Wu, 2015: 6).¹⁴

En otras palabras, la ilusión mayoritaria se alimenta de la centralidad de los nodos altamente conectados -con muchos vínculos- que, por ende, tienen una mayor capacidad para influir porque se encuentran en actividad constante, razón por la que quedan sobrerrepresentados gracias a la maximización de los algoritmos de búsqueda y de las redes sociales conocidas, que les dan mayor presencia. La centralidad juega un papel fundamental en la influencia social y política.

2.1 La centralidad de los nodos.

Freeman (2000) indica que la centralidad de un nodo puede medirse a partir de tres aspectos: la *intermediación*, la *cercanía* y el *grado*. Sin embargo, la forma más simple e intuitiva de entenderla, sin por ello dejar de lado su rigurosidad matemática, es comprender el concepto a partir del *grado* del nodo –vínculos o líneas que van de o hacia el nodo–. Entre más vínculos, mayor es la centralidad del nodo o, en el caso de relaciones sociales, del individuo. Como indica Freeman, una persona que llega a ocupar una *posición central* en alguna red, puede ser vista como un punto o un canal importante por el que *circula información* relevante para aquellos con los que está relacionado, por lo tanto, adquiere una potencial ventaja al recibir y difundir información, por lo que existe el riesgo de que dicho nodo ubicado en tal posición pueda, de alguna manera y si así lo desea, alterar, distorsionar o manipular de alguna forma la información que pasa por él (Freeman, 2000: 134-136).

Freeman, en ningún momento tuvo en mente que esta distorsión de la información sea deliberada o accidental, es decir, él, de forma implícita, asume que

¹⁴ La prevalencia local de algún atributo entre la red local de los nodos puede ser muy diferente de su prevalencia global, creando una ilusión de que el atributo es mucho más común de lo que realmente es. En una red social, puede causar que las personas lleguen a conclusiones erróneas sobre cuán común es un comportamiento, llevándolos a aceptar como norma un comportamiento que es globalmente raro. [...] Esto es porque tales nodos están sobrerrepresentados en la localidad de otros nodos. Esto, por sí mismo no es sorprendente, dado el alto grado de los nodos se espera tengan más influencia y sean a menudo objetivo de maximización de influencia de los algoritmos. [Traducción propia].

un nodo sí tiene el interés de manipular a su antojo la información que le llegue (nodo X), ya que al ser éste un nodo central, decide manipularla porque esta es su naturaleza. Pero también existe y cabe la posibilidad de que la distorsión de la información pueda ser involuntaria. Aún así, con esta posición sobre la posibilidad de que un nodo pueda voluntariamente o no manipular la información, debido a que este es un trabajo con un enfoque político, asumo que el interés de los nodos, al verse en una posición ventajosa, tienen efectivamente la intención de cambiar, distorsionar o manipular la información, con tal de influir en el comportamiento, ideas y opiniones de todos los nodos cercanos y vinculados a un nodo central.

Otro aspecto de importancia que Freeman aborda no es solamente la gran cantidad de vínculos que un nodo tiene o pueda llegar a tener, sino también es fundamental que el *nodo sea independiente*, es decir, no debe depender de otros nodos para transmitir la información (Leavitt recuperado en Freeman, 2000: 138). Esta independencia del nodo es crucial. Así tenemos que de las tres principales medidas o criterios para medir y conocer la centralidad de un nodo –*grado, intermediación y cercanía*– son las primeras dos las más determinantes en la acción comunicativa en la red. Retomando la figura número 6, grafo ‘A’, se observa que el nodo número 1 es, de acuerdo con Freeman (2000), Kadushin (2013) y Paniagua López (2012) el nodo central, ya que éste es el que cuenta con la mayor cantidad de vínculos -el nodo número 1 del grafo ‘A’ es el “más central”-. Éste en realidad, por la naturaleza de los vínculos que tiene, es decir, con los nodos con los que está relacionado, cree que es él el que está siendo influenciado por los demás y es, al mismo tiempo, el que está en posición de poder cambiar su opinión ya que, por el desconocimiento completo de la red y de los nodos que tienen contacto con él, puede cambiar su propia opinión, incluso ignorando su aparente desventaja sobre la opinión minoritaria, y tratar de influir en los demás. Aunque esto parece un escenario imposible o poco probable, hay que recordar que la sociedad es tan dinámica que un solo sujeto puede influenciar a todos más allá de nuestras propias posibilidades y de siquiera poder preverlo. No hay una ley que impida que un solo sujeto no pueda cambiar el curso de un país o hasta el mundo. Alexander Fleming, por ejemplo, a raíz de un descuido en su laboratorio, creó la penicilina que cambió el rumbo de la medicina y del mundo entero, al

aumentar la esperanza de vida y una forma de enfrentar enfermedades que antes hubieran sido mortales.

Si se observa nuevamente la figura 5 del capítulo uno, el nodo color negro es el nodo central, ya que concentra más vínculos que los demás nodos, sumado a que los vínculos que posee son de tipo orientado, lo que significa que es ese nodo quien puede influir a los demás al cambiar o manipular información, a la vez que sirve de puente entre dos grafos adyacentes, pero no conectados directamente, lo que suma mayor poder al nodo color negro. También cumple con lo indicado por Freeman, ya que, al no depender de otros nodos para generar y transmitir información, y al ser más cercano a los demás nodos de la red –ya que no recorre más de dos caminos, es decir, más de dos líneas para llegar a cualquier nodo– se vuelve automáticamente el centro del grafo. Así, siguiendo a Freeman (2000), la centralidad, en última instancia, depende del grado del nodo en la red, y si tal centralidad se refiere a la capacidad para crear puentes o agujeros estructurales que permitan o impidan la circulación de información, el nodo tendrá una importancia fundamental para los demás miembros de la red.¹⁵

También existen otros factores que, más que contradecir, vienen a complementar y a responder las posibles paradojas que surgen en grafos con diferentes y muy variadas relaciones, como en el ejemplo del grafo A de la figura 6. Uno de esos factores es el sesgo cognitivo, descrito por Dunning y Kruger (1999) mediante una serie de experimentos en los que se pusieron a prueba las hipótesis de estos dos científicos; para ello realizaron varios experimentos para averiguar si era posible llegar a los mismos resultados reproduciendo lo más fielmente posible las condiciones de tales experimentos (Gómez-Puerta; Bueno Vargas; Casero Martínez, et al., 2019; Calquín y Estrada, 2011; Castro; Hernández; Riquelme, et al., 2019).

¹⁵ En la literatura sobre teoría de grafos, muchas veces este concepto de centralidad, grado o agujeros estructurales se entienden mejor a partir de redes no referidas a personas, sino a redes eléctricas o servidores de internet. Si por ejemplo, en una red eléctrica un transformador desaparece o por cualquier razón deja de funcionar, la energía eléctrica deja de fluir, por lo que muchas casas quedan sin luz hasta que el transformador averiado sea reemplazado. Lo mismo pasa con ciertas personas o entidades, ya que si éstas desaparecen los demás quedan, si no incomunicados, en seria desventaja.

Este sesgo cognitivo, de acuerdo con Dunning y Kruger (1999) se debe a que los individuos *carecen* de un par de características importantes: falta de *habilidades metacognitivas* y *conocimiento* o bien el nivel de instrucción necesario; lo que causa que las personas no sólo tomen decisiones equivocadas, sino que son *incapaces* de *reconocer* o darse cuenta de ello. Estos científicos averiguaron, después de una serie de estudios, que las personas menos capaces *sobreestimaban* sus *capacidades*, y que los más *competentes* *subestimaban* sus habilidades.

“These shards of empirical evidence suggest that incompetent individuals have more difficulty recognizing their true level of ability than do more competent individuals and that a lack of metacognitive skills may underlie this deficiency” (Dunning y Kruger, 1999: 122).¹⁶

Por ejemplo, en un segundo estudio, que medía las habilidades de razonamiento lógico de los participantes, después de una serie de cuestionarios, les pidieron que autoevaluaran su rendimiento y estimaran intuitivamente, en una escala de cien puntos porcentuales, cuál sería, a su juicio, el porcentaje alcanzado. Estos investigadores observaron que *los participantes con bajo rendimiento sobreestimaban su desempeño* y, además, notaron que éstos mismos participantes creían fehacientemente que se encontraban ‘sobre la media’ o ‘sobre el promedio’. Mientras que los que sí estuvieron sobre la media, es decir, aquellos *participantes que contestaron con mayor precisión* a las preguntas de razonamiento lógico *subestimaron sus habilidades* en el ejercicio de autoevaluación. Los investigadores Dunning y Kruger (1999) atribuyen este falso *efecto sobre la media* de los menos capaces a una deficiencia metacognitiva, que también impedía reconocer la competencia y conocimientos de aquellos más instruidos y expertos que ellos.

En un escenario similar, Gómez-Puerta y varios de sus colegas (2019) realizaron un experimento para intentar identificar este mismo fenómeno, el *sesgo cognitivo*, ahora en varios estudiantes universitarios de la Universidad de Alicante -

¹⁶ Estos fragmentos de evidencia empírica sugieren que las personas incompetentes tienen más dificultades para reconocer su verdadero nivel de habilidad que las personas más competentes, y que la falta de habilidades metacognitivas puede ser la verdadera razón de esta deficiencia [Traducción propia].

el experimento realizado por Dunning y Kruger fue hecho con estudiantes de la Universidad de Cornell-. Después de la implementación de una serie de cuestionarios a los estudiantes de la Facultad de Psicología de diversos grados en tres planteles universitarios distintos, y después de refinar datos a partir de otras variables como la edad, condición socioeconómica, sexo, entre otras, pudieron observar un comportamiento similar a los obtenidos por Dunning y Kruger. Los estudiantes menos capaces tendieron a sobreestimar sus capacidades y conocimientos respecto de aquellos que estaban en grados avanzados (Gómez-Puerta et. al., 2019: 774-777). Estos resultados los condujeron a pensar que los estudiantes menos capaces caían en el efecto sobre la media o promedio. Los investigadores sugieren que estas deficiencias cognitivas pueden llegar a ser superadas si aquellos que las tienen se les enseña a ser más conscientes sobre ellas.

Otro estudio similar, esta vez dirigido a estudiantes universitarios de tres distintas instituciones de educación superior en Chile, hallaron el mismo fenómeno que Dunning y Kruger (1999) y Gómez-Puerta y sus colegas (2019). El estudio (Caso et al., 2019) esta vez presidido por investigadores de la Universidad de San Ignacio de Loyola, tuvo el propósito de encontrar evidencia empírica sobre el *sesgo de representatividad*; entendido como la posibilidad de que algo que representa o asemeja nuestras ideas preconcebidas es más fácil de aceptar, ignorando sistemáticamente aquella información que es distinta o contraria a preconcepciones propias; además de hallar evidencia sobre el fenómeno del *sesgo de confirmación*, aquella tendencia que los individuos tienen para buscar y seleccionar información - las fuentes y personas- que confirmen sus propias creencias, resistiendo aquella que contradiga su visión del mundo (Caso, et. al., 2019: 212).

En el estudio de Caso et. al., se cita a dos investigadores, Daniel Kahneman, psicólogo y economista, y a Amos Tversky, psicólogo y matemático, los cuales, a raíz de investigaciones sobre la presencia de sesgos cognitivos en los individuos, llegaron a la conclusión que las personas toman *decisiones tendenciosas* y erradas como una forma o manifestación de una *acción irracional*. En pocas palabras, en este estudio se argumenta que la mayoría de las personas no toman decisiones o resuelven

situaciones conflictivas de manera racional –no siguen, como denominan los citados Tversky y Kahneman, *procesos algorítmicos*– sino siguen pautas de comportamiento ilógicas, intuitivas y de simples aproximaciones –que denominan *heurística*–basadas en ideas subjetivas y con poca información, que las personas luego adoptan sin mayor esfuerzo intelectual (Castro et. al, 2019: 213).

Estos estudios son interesantes porque tiene una capacidad explicativa importante cuando hablo de individuos insertos en una red de relaciones dentro del universo social.¹⁷ La mayoría de los individuos –o nodos– no sólo se dejan influir porque no poseen información completa, y la que tienen puede estar sesgada o manipulada, sino que tampoco ahondan en la cuestión, no investigan o comparan fuentes de información –por ejemplo, la información de un diario-, entonces el individuo será más proclive a caer en ese sesgo de confirmación y en el *sesgo de representatividad*: definido como un “juicio sobre la relación (...) entre una muestra y una población, que hace pensar que un evento es [más grande] (...) si nos parece representativo de una [mayoría]” (Martín, L., y Álvarez, A., citado en Castro et. al., 2019: 213). Ambos fenómenos relacionan no sólo falta de información o pocas habilidades cognitivas, sino un rasgo distintivo del ser humano, los *prejuicios*, pues éstos permiten que sean mejor asimiladas ciertas ideas que refuerzan nuestra percepción del mundo.

La *clave* de esto es que entre los individuos con ciertas ideas o *prejuicios* se facilita la *transmisión de información*, es decir, que entre personas que comparten no sólo contactos sino ideas similares se hace más fácil y fluida compartir información de cualquier naturaleza (Castro et. al., 2019). Si enlazo los conceptos mencionados –*sesgo cognitivo*, de *confirmación* y de *representatividad*– y retomo los ya mencionados *homofilia* y *propinquidad* (Kadushin, 2013), por mencionar sólo los que me parecen más adecuados, dispongo entonces de los conceptos que, a mí parecer, sirven como base para describir las características de los individuos que adoptan

¹⁷ Como mencioné más arriba, los grupos que se forman en diferentes ámbitos, ya sea la escuela o el trabajo, por ejemplo, son distintos entre sí por el lugar –o la estructura– en el que se reúnen o convergen, pero las pautas de comportamiento siguen patrones similares, ya que el sujeto se ve enfrentado entre desempeñar un determinado papel, rol y posición y a tener diversos vínculos con los que le rodean.

ciertas opiniones o ideas para sí mismos, sin antes razonar y preguntarse qué es lo que están aceptando no solamente como algo cierto, sino también como algo que es lo normal o lo que la mayoría dice que es lo que sucede y debe hacerse.

Aunque el citado estudio de Casto et. al. (2019) está dirigido a medir el sesgo que presentan los estudiantes de la facultad de psicología en la Universidad de San Ignacio de Loyola, me parece que un estudio similar podría ser replicable a otra población estudiantil en cualquier otra universidad.¹⁸ Ross, Green y House (1976), en otro experimento dirigido a estudiantes de Stanford, realizaron un estudio titulado “False consensus effect” [El efecto del falso consenso]. Este estudio consistió en mostrar a más de 300 estudiantes cuatro diferentes escenarios hipotéticos y preguntar, de acuerdo con cada situación, qué elegirían hacer y, al mismo tiempo, se les pidió estimar, de forma intuitiva, qué proporción de sus compañeros responderían o elegirían hacer o tomar la misma decisión que ellos. De acuerdo con sus resultados, hallaron evidencia estadística que corroboró su hipótesis¹⁹: las personas tienden a estimar que la *gente en general* hará, elegirá o pensará hacer lo que ellos mismos hacen. En palabras de Ross, Green y House:

“For each of the stories, those subjects who claimed that they personally would follow a given behavioral alternative also tended to rate that alternative as relatively probable for “people in general”; those subjects who claimed that they would reject the alternative tended to rate it as relatively improbable for ‘people in general’” (Ross, Green y House, 1976: 284).²⁰

¹⁸ Como cualquier otro estudio que trabaja con una muestra, este tiene como limitación que se enfoca únicamente a estudiantes universitarios. Sería interesante realizar un estudio en diversas universidades y sociedades.

¹⁹ Para detalles estadísticos véase directamente el estudio de Ross, Green y House (1976), “False Consensus Effect”

²⁰ Para cada una de las historias, aquellos sujetos quienes afirmaron que ellos personalmente podrían seguir una alternativa dada de comportamiento también tendían a evaluar aquellas alternativas relativamente probables para la “gente en general”; aquellos sujetos quienes afirmaban que ellos podrían rechazar la alternativa, tendían a evaluarla como poco probable para “la gente en general” [Traducción propia].

Los alumnos participantes de la Universidad de Stanford tuvieron la tendencia a atribuir a la mayoría de las personas rasgos de sí mismos, esto es, las personas, por alguna razón, tienden a dotar de sus preferencias personales, características y expectativas a los que le rodean:

“In summary, it is evident that the false consensus effect applies to many types of personal behaviors, feelings, opinions, and characteristics, although there is some ambiguity about the specific domain and the limits of the phenomenon”.²¹

Aunque parezca que el efecto del falso consenso pueda explicar el comportamiento individual, puesto que es un concepto que pretende abarcar buena parte de la psique humana, los investigadores del fenómeno hacen una aclaración “It is premature to attempt any post hoc generalizations in this regard...”.²² Por lo que también deben considerarse factores que definan el límite de aplicación de este fenómeno en cualquier momento y contexto. Aunque su aplicación para explicar la difusión de información, comportamientos o ideas, por ejemplo, en la teoría de grafos, tiene una gran capacidad de explicación.

2.2. Influencia, centralidad y formación de la opinión.

Si algo han mostrado los estudios arriba citados, es que las personas tienden a intuir, casi siempre erróneamente, que algún tipo de acontecimiento que se encuentra más allá de la vida privada o de la visión personal, tendrá tal o cual resultado, es decir, como afirma Ross et. al. (1976) las personas tendrán un juicio o conjetura determinada de acuerdo con sus propias creencias. Esta idea es la que deseo enfatizar, pues las personas, al formarse un juicio o tomar alguna postura, debido a que no tienen un marco de referencia o éste está muy limitado para formarse una opinión más acertada²³, sumado al desconocimiento de la red en la que se encuentran insertos –

²¹ En resumen, es evidente que el efecto del falso consenso aplica a muchos tipos de comportamientos personales, sentimientos, opiniones y características, a pesar de que hay algo de ambigüedad sobre el área específica y los límites del fenómeno [Traducción propia].

²² “Es prematuro intentar cualquier generalización post hoc en este aspecto...”

²³ Ya que la información que llega a los individuos puede estar sesgada, manipulada, ser tendenciosa, etcétera.

pueden ser varias redes a la vez– y a la estructura de dicha red en general, realizan un “calculo” de forma intuitiva, y concluyen que determinada opinión es lo que le mayoría piensa.

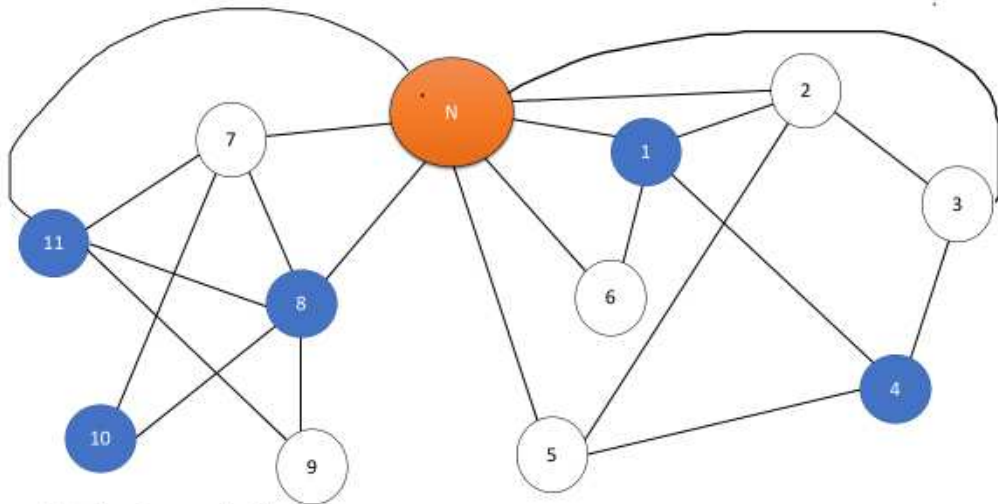


Figura 7. Relaciones e influencia.

En la figura 7 el nodo 'N', que tiene una posición central en el grafo y posee mayor cantidad de vínculos -o conexiones- con nodos de los dos subgrafos, puede acceder no sólo a más información, sino que también podrá formarse una mejor opinión acerca de ciertas ideas que puedan llegar a él, y decidir si está o no de acuerdo con las ideas u opiniones de los individuos -nodos- en color azul o si, por el contrario, está de acuerdo con los individuos en color blanco. Quiero enfatizar la centralidad del nodo 'N', ya que dicho nodo se encuentra en una posición adecuada para estudiar la situación de la red, con la información y contactos -vínculos- suficientes para formarse un mejor juicio u opinión sobre la situación en general. El nodo 'N' se encuentra en una posición ideal. La situación con los demás nodos es, a diferencia del nodo 'N', más limitada. El nodo 7, por ejemplo, por la posición que ocupa en la red y los vínculos que tiene, sumado a su desconocimiento de la situación en general, es decir, no conoce la opinión de todos los nodos, creará erróneamente que su opinión y el número de nodos que la comparten son escasos, pensará que son una minoría. La situación no es la misma para el nodo número 2 en el subgrafo a la derecha del nodo

'N', ya que debido a los vínculos que guarda, creará que la opinión contraria, si no es mínima, es casi inexistente. Y en el caso del nodo 8, por ejemplo, llegará a la conclusión, de alguna manera “correcta”, que los nodos que piensan y opinan como él son, sino una minoría, los que conforman una buena parte de las *personas en general* que comparten ideas similares a la suya (Ross, Green y House, 1976). Anoto la palabra correcto entre comillas debido a que el nodo 8, al igual que la mayoría de los nodos, también desconoce la situación en general porque está limitado a su círculo -subgrafo- social en número de nodos y vínculos que lo puedan enlazar con otros nodos pertenecientes a diferentes círculos sociales con ideas distintas.

La idea al citar los estudios anteriores, es extrapolar, por medio de los ejemplos como la figura 7, que los nodos en dichos grafos representan la posición y los roles que juegan las personas en diferentes círculos sociales, así como el pensamiento intuitivo que la mayoría de las personas se forman a diario cuando hablan no sólo de un rumor, una noticia o alguna otra situación trivial de la vida cotidiana en que se encuentran, sino que la misma idea -dígase el sesgo cognitivo, o el fenómeno del falso consenso, por ejemplo- se aplica cuando las personas platican sobre política en general. Cuando una persona toca algún tema político, ¿cómo fundamenta su opinión?, ¿lo hace informándose a través de los demás?, ¿lo hace a través de la televisión, el radio o la internet?, ¿se informa a través de las redes sociales leyendo información a medias o de vídeos y declaraciones de personajes políticos relevantes sacadas fuera de contexto, o de ciertas publicaciones tendenciosas pertenecientes a otros actores que difunden información con un objetivo político claro?

Las fuentes para obtener información en la actualidad son muy variadas gracias a la introducción del internet en la vida cotidiana, pero ¿qué pasa cuando el usuario -el internauta- se limita a sí mismo acudiendo únicamente a unas pocas fuentes de información, o más bien, se limita a lo que los intermediarios como Facebook, Google o Twitter le recomiendan con base en sus gustos y búsquedas?

Las personas en muchas ocasiones no acuden a la fuente directa de información sobre la cual basan su juicio. Los resultados, por ejemplo, que en la Tercer Encuesta Nacional de Cultura Constitucional del 2017, elaborada por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, revela que hasta un 56.1% de los ciudadanos mexicanos no conoce la Carta Magna (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos), y poco más del 52% ni siquiera sabe en qué fecha fue promulgada.²⁴ Es decir, los ciudadanos mexicanos que no han leído la Constitución, también desconocen el sistema de elección que existe en México para elegir a los diputados, gobernadores y la figura más importante de la política mexicana, la elección del Ejecutivo Federal -que por cierto es un sistema de representación proporcional mixto-. En esa situación, ¿cómo podrían los mexicanos formarse una opinión de la situación política de nuestro país si no cuentan con un mínimo de conocimiento sobre la ley común que rige a todos los ciudadanos de esta nación? Vuelvo a Ross, Green y House (1976), pues las personas se crean un juicio basados en el inherente *sesgo cognitivo* -investigado por Dunning y Kruger (1999) y descrito por el *efecto de falso consenso*- que llevan consigo al abordar cuestiones políticas; como resultado, generan expectativas con base en su sistema de creencias, ya que al tener un vacío de información, que no pueden satisfacer, tienden a generalizar la situación a partir de información que les llega por intermediarios -las redes sociales- misma que se ve limitada por el funcionamiento intrínseco de los algoritmos, pues éstos provocan, mantienen y maximizan el efecto burbuja que impide que cierto tipo de información u opiniones opuestas a la propia llegue hasta el individuo (Lerman, Yan, Wu, 2015).

Cada vez que el individuo socializa, en condición de ser humano social, se tiene inherentemente la necesidad de crear vínculos con los demás. Cualquier persona, cuando es niño, adolescente o en edad adulta, tiene el impulso de buscar amigos, pareja y compañía para no sentirse solo. Muchas de las veces, busca adaptarse al entorno donde se encuentra. Cuando se es adolescente, por ejemplo, se busca con quién jugar fútbol o hablar de las cosas divertidas que hay en televisión o en internet,

²⁴ Puede verse el boletín de la encuesta en el sitio:
https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2017_083.html [consultado el 19 de julio de 2020].

se quiere congeniar con los demás y crear lazos de amistad. Otras veces es más difícil, y para entrar al círculo de amigos hay que verse, actuar y decir lo que ellos para ser aceptado, y otras veces, son los demás los que cambian para entrar a un círculo del que uno ya forma parte. Esto es un fenómeno interesante, pues en la medida en que una persona quiere entrar en un círculo o grupo social, éste moldea a los integrantes del grupo, a la vez que los individuos cambian deliberadamente con tal de no ser expulsados o rechazados del mismo.

Simmel (citado en Breiger, 2000: 57-72) habla sobre la presión coercitiva que los individuos ejercen unos sobre otros cuando el individuo comienza a relacionarse en un círculo -o grupo- relativamente cerrado. Simmel menciona que existe una dualidad intrínseca en el individuo -que Breiger (2000) en su artículo trata de formalizar-. Dejando de lado las complicadas ecuaciones, lo que Breiger argumenta es que existe una dualidad que enfrenta al sujeto entre elegir adaptarse al círculo -que utilizo como una analogía que encierra o representa las propiedades de los subgrafos que se forman de manera aleatoria dentro de la sociedad- o salir de él. En otro punto importante de la explicación menciona que, entre más individuos se encuentren dentro de un conjunto, éste tenderá a agruparse en más *subconjuntos* -o subgrafos- cada vez más pequeños, lo que provoca que el individuo comience a interactuar con subconjuntos -los llamados *círculos sociales* de Simmel- superpuestos, socializando con otros cada vez más dispersos con características a veces poco diferenciadas y otras veces muy distintas (Breiger, 2000).

Esto significa que la sociedad se irá fragmentado, al menos hasta que ya no puedan existir más individuos, en partes más pequeñas, ciertamente diferenciadas, en las que el sujeto buscará relacionarse y lo hará muchas de las veces solamente con aquellos con los que comparta su idiosincrasia. Y gracias al efecto maximización del algoritmo de las redes sociales, que le facilitará y fungirá como una especie de filtro ideológico, el individuo podrá evitar aquellos grupos que no le interesan o de facto que repudia, y podrá buscar y eventualmente encontrar sólo aquellos subconjuntos que responden a sus creencias, logrando superponer círculos sociales -al menos

virtualmente- que logren satisfacer y reforzar lo que el individuo cree que es lo correcto, lo que debe hacerse, lo que es verdad.

Si un sujeto A tiene una ideología política opuesta -o distinta- de otro sujeto, B, ambos, gracias a las redes virtuales, contarán con las herramientas que los ayudarán a evitar -al menos en parte- a aquellos con los que no tiene afinidades, pero podrá buscar grupos -o subconjuntos- que tengan su mismo interés ideológico. Siguiendo a Simmel, el individuo tiene la libertad de afiliarse en otros grupos, superponiendo los círculos de sus relaciones sociales dentro del conjunto principal, la sociedad y, a su vez, separándose del resto que los engloba, a través de la formación de subconjuntos -subgrafos- en los que encuentra la libertad para asociarse y también para reforzar su propio sistema de creencias (Simmel recuperado en Breiger, 2000).

Esto es, a mi parecer, una consecuencia no prevista que tienen las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube y las demás que existen actualmente. Así como el descubrimiento de la penicilina por Alexander Fleming no previó su impacto en el mundo de la medicina, así tampoco puede conocerse con certeza el impacto que tienen y tendrán las llamadas redes sociales. En la medida en que las personas se cierran a la discusión, ignorando aquellos con los que no se esté de acuerdo simplemente con un bloqueo, se estará renunciando a aquello que en el pasado logró evolucionar el pensamiento humano: el debate.

En las redes sociales el “debate” es casi inexistente. Cada uno tiene la posibilidad y libertad de acudir sólo a aquellas fuentes de información que confirmen lo que de manera sesgada e intuitiva puede razonar. Cuando algo no se ajusta a lo que se cree, puede ignorarse o bloquearse. No hay más. Kadushin (2013) atribuye este comportamiento a dos razones psicológicas: la *seguridad* y la necesidad de contactar o *vincularse* con otras personas. En cuanto a la primera razón, la seguridad, se asocia a permanecer en la burbuja social, puesto que eso lleva a generar sentimientos y pensamientos de resguardo y, al mismo tiempo, rechazo de aquellos que no creen en lo que un individuo piensa; en cuanto a la segunda razón, buscar y crear conexiones con aquellos que confirmen la visión del mundo, se vuelve necesario, pues se encuentra en la naturaleza humana. El tamaño de la red también es importante, pero

la clave estriba en qué tan abierta y conectada es ésta. En la figura 4 del primer capítulo, por ejemplo, el subgrafo a la derecha del nodo color negro es pequeño y relativamente poco conectado, sin embargo, los nodos pertenecientes a ese subconjunto pueden ser altamente activos y relativamente cerrados, por lo que sus integrantes seguirán confirmando sus propias creencias, a la vez que la interrelación que tienen les provee de esa seguridad y comunicación mencionadas.

En este capítulo abordé la cuestión del espejismo de la mayoría a través de la revisión de algunos estudios que involucran factores de comportamiento humano. Esto lo hice con el propósito de demostrar que las personas siguen un patrón de comportamiento (Ross, Green y House, 1976) que reproducen de manera intuitiva. Esto es así porque la persona no tiene un conocimiento completo de la red y, por lo tanto, tampoco lo tiene de los individuos que forman parte de ella. Y cuando creen que lo tienen, en realidad actúan y deciden sobre la base de su *sesgo cognitivo* (Dunning y Kruger, 1999). Aunque los análisis políticos aun no lo conciben abiertamente, la psicología social puede abrir muchas puertas y ayudar a explicar cómo es que algunos de los movimientos sociales más recientes, claramente politizados, se esparcen y toman forma a través de las redes sociales. Y aunque es temprano para decirlo, las redes sociales tienen un componente o atributo que la televisión también llegó a tener alguna vez: la polarización, en este caso, de naturaleza política. Si esta polarización es o no un factor de cambio social que implique la construcción o destrucción de la vida social lo dejo a criterio del lector. Pero, en mi opinión, sí es un agente de cambio que puede trastocar y modificar las diferentes normas -formales, como las leyes, o informales, como las costumbres- y en conjunto las estructuras sociales y, por ende, la estructura política (Kadushin, 2013: 90).

CAPÍTULO III

Capítulo III. La opinión pública.

Cuando se observan grandes actores sociales –figuras públicas como actores de cine, cantantes y en su caso, políticos en tiempos de campaña– en los medios de comunicación masivos, la mayoría de éstos hablan al gran público apelando siempre en su forma discursiva a la parte emocional de las personas. Cuando estos actores sociales ya no son sólo personas sino grupos, sean organizaciones civiles, sean personas que decidieron reunirse en algún sitio de alguna ciudad para llevar y expresar sus demandas o malestar frente al gobierno, casi siempre, al igual que como lo haría un sólo individuo, los grupos se expresan con un discurso en el que manifiestan lo mal que la están pasando y lo hacen en nombre de aquellos que no pueden estar presentes y con los que comparten el malestar, las necesidades y dolencias, y en el que la indiferencia o inacción del gobierno y de la sociedad hacia el grupo en particular los perjudica. Cuando el gran público, es decir, todos los demás ciudadanos -el ciudadano común- muchas de las veces se hallan ajenos a las demandas de ciertos grupos específicos que existen y se encuentran dispersos a lo largo y ancho del país - y del mundo entero- puede que la opinión sobre sus acciones y sus demandas ni siquiera exista, y cuando se toma alguna posición respecto a lo que hacen o claman estos grupos cuando se pueden escuchar por la radio, ver por la televisión, por el internet y las redes sociales, esta opinión que se conforma en la mente colectiva puede que sea errada, pues se basa en lo que se ve y oye más no en lo que se conoce, ya que lo que los medios actuales enfatizan en el cómo se transmite el mensaje más que el mensaje en sí mismo.

En su obra “Homo Videns”, Sartori (1997) aborda la cuestión del mensaje y del medio por el cual es transmitido. El autor enfatiza que lo que prima es la imagen, por encima de lo que se dice -y aún más sobre lo que se escribe-. Sartori prosigue y menciona que para entender el lenguaje hablado hay que conocer los símbolos de este, es decir, la escritura, las palabras y letras que representan los sonidos del lenguaje. Pero para Sartori, cuando el mensaje se transmite con la simple y pura imagen, no es necesario conocer el lenguaje, pues es más fácil para todos los individuos procesar una imagen fotográfica o un video que, por ejemplo, una carta.

Es decir, la imagen destrona y sustituye la capacidad y la necesidad de comprender conceptos y con ello también elimina la capacidad de abstracción, lo que impide entender el mundo que nos rodea. La *imagen mina* esa *capacidad cognitiva* y de abstracción que el ser humano tiene naturalmente.

Por lo tanto, el lenguaje conceptual que es necesario para poder definir, conocer y entender el mundo es sustituido por un lenguaje más pobre, es decir, con más limitaciones para comprender y darle significado a lo que nos rodea; un lenguaje que es perceptivo, intuitivo por naturaleza, pero que no puede precisar ni permitir la construcción de conocimiento (Sartori, 1997: 51-52). Como el lenguaje se encuentra relacionado directamente con la capacidad de aprendizaje y comprensión, es posible decir que aquellas personas con las que un individuo se relaciona *hablan*, por decirlo de alguna manera, el *mismo idioma*, es decir, que utilizan las mismas formas de expresión en el contexto en el que se encuentran inmersos. Se tiene entonces que es más probable que se escuche con más atención a aquellos individuos que tienen una forma de expresarse parecida, que aquellos que tienen una forma distinta de hablar. Por ejemplo, en un estudio hecho con motivo de la campaña presidencial de Estados Unidos en 1940, realizado por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (recuperados en García Faroldi, 2006) mostraron que la influencia de los medios de comunicación -televisión, radio y prensa- para orientar el voto de los ciudadanos estadounidenses en una pequeña localidad del estado de Ohio, era menor en comparación con la influencia que ejercían sus allegados personales, y la cercanía que ofrecían los miembros de la localidad era más relevante para ellos, pues la comunicación “horizontal” era más familiar -en cuanto al lenguaje y formas de expresión usadas comúnmente- que aquella que venía de los expertos que aparecían en los grandes medios: “Por lo tanto, el proceso de formación de la opinión pública no es resultado de los individuos considerados aisladamente, sino que deriva de las interacciones entre los miembros de la sociedad” (García Faroldi, 2006: 3). Así, las personas se dejan guiar más por esos líderes de opinión locales -que pueden ser votantes en el caso de una elección- ya que los perciben como líderes informales dentro de su círculo o red de relaciones inmediata y, por lo tanto, más confiables.

Como se indicó, la red de relaciones de las personas también se superpone a la red de otros -esto es, como se dice en teoría de grafos, que la red de *ego* se relaciona con otros, los cuales están insertos en otras redes o círculos sociales (Breiger, 2000). Por más cerrada que sea una comunidad, ésta tendrá que interactuar tarde o temprano con otras comunidades -redes- de personas, y así se relacionarán todas aquellas personas que antes se encontraban desconectadas. También, por más pequeña que sea una comunidad, siempre existirá la posibilidad de que puedan formarse grupos más pequeños, por lo que la comunicación tomará diversos caminos y recorrerá mayor cantidad de personas -nodos- para llegar a todos los miembros de la comunidad -red-, y aún así, la comunicación entre aquellos que tienen más afinidad entre sí se facilita. Por lo tanto, cabe esperar que los miembros de una comunidad -red- al tener un líder de opinión común a todos ellos -en teoría de grafos se conoce como *equivalencia estructural*, pues la red de relaciones está concentrada en un nodo principal (Paniagua López, 2012; Kadushin, 2013)- estima con mayor confianza e importancia la opinión de su líder informal que aquella que proviene de otras fuentes.

Por supuesto, siempre está *latente* la idea de la *disidencia* por parte de los miembros más alejados o relativamente aislados dentro de una comunidad. Ya sea porque no comparten muchos vínculos con miembros de su localidad, ya sea porque tienen contacto con miembros de otras localidades y círculos sociales -puede ser, por ejemplo, por el trabajo o por la escuela- por lo que el contacto, hasta cierto punto frecuente con otros individuos fuera de su red, y la posible creación de vínculos de otra naturaleza que no obedezcan normas sociales o culturales -como la tradición o la familiaridad- incidan con mucha fuerza en el comportamiento del sujeto (Berelson citado en García Faroldi, 2006: 14).

Lo curioso es que el individuo disidente tendrá más posibilidades de escuchar otras ideas, porque los lazos que lo unen o relacionan con otros miembros fuera de su red o círculo social no son lazos íntimos – como la amistad o familiaridad-, sino que se tratan de vínculos que no van más allá del compañerismo o de una relación de tipo profesional e impersonal, por lo que la información o las ideas ajenas a la comunidad

de origen de un individuo se transmiten con más facilidad en este tipo de vínculos -a los que Granovetter (1976) llamó vínculos débiles-.

En su estudio, García Faroldi (2006) muestra que la mayoría de las personas prefieren hablar de política con aquellos con los que tienen lazos o *vínculos* fuertes - de intimidad, amistad y familiaridad, es decir, lazos de tipo *afectivo*- que con los que tienen vínculos débiles. Esto, por ejemplo, puede explicar que cuando las personas crean comunidades de tipo virtual, o siguen a personas con las que comparten ideas y similitudes personales a la vez que sienten algún tipo de lazo emocional como la admiración, los individuos, dentro de su círculo virtual, entablarán conversaciones más frecuentes y, por ende, reforzarán sus opiniones, lo que las *predispone* a no entablar un diálogo con aquellos con los que difieren de su punto de vista.

Este tipo de comportamiento tiene una raíz psicológica que a menudo es omitida o pasada por alto cuando los políticos profesionales -dígase politólogos o expertos en ciencia política- tratan de explicar, por ejemplo, el cambio del voto y la orientación de las preferencias electorales, ya que casi siempre se avocan más por la estadística electoral o lo explican, en el caso de los institucionalistas, mediante el tipo de reglas electorales que rigen el sistema de representación de una nación.

Homans (1962), por ejemplo, atribuye la conducta de la *influencia social* en los grupos a un intercambio que depende de dos factores: primero; una *conducta simbólica*, es decir, aquellos sentimientos de aprobación social dentro de los grupos y, segundo; a una *constante* comunicación o *interacción*, pues ambos factores actúan como mecanismos de cohesión, lo que a su vez genera una mayor identificación entre los miembros de cierto círculo o grupo. Ello explica en parte porqué los nuevos miembros que llegan a relacionarse son más susceptibles de cambiar y adoptar la conducta de los demás. Homans toma elementos de la psicología conductista para explicar el proceso de adaptabilidad de los individuos.

Citando un experimento llamado “El anclaje de las opiniones en los grupos cara a cara” de H. B. Gerard, Homans concluye que una persona adoptará y cambiará su pensamiento y opinión por “un sentimiento favorable [de aceptación]” y el “mantenimiento de la propia integridad personal” (Homans, 1962: 306). Esta

conclusión también la encontramos en Kadushin (2013), aunque él menciona el sentimiento de seguridad en lugar de aceptación. Por lo tanto, los individuos que *desean* o que, por algún hecho fortuito, se encuentran en la situación en la que requieren *entrar* a algún grupo -red empresarial o de partido político, por ejemplo, de donde obtendrían alguna clase de beneficio- deberán *renunciar* a algo de su integridad personal y hacer que su opinión pueda congeniar con el grupo, para así obtener esa aceptación y el beneficio.²⁵

En grupos altamente unidos, cuando el individuo no cede o renuncia a dicha integridad y no acepta de buen agrado las normas establecidas por el grupo, el costo para tal individuo es el rechazo, y se le tratará de desviado o, en su caso, se le condena al ostracismo.²⁶ En su análisis, Homans (1962) trata el cambio de la opinión o aceptación de normas sociales externas como un sistema económico, donde uno busca recompensa y en la que una acción tiene un costo. El ser aceptado es el beneficio, pero el cambiar de opinión por tal razón, aun cuando vaya en contra de lo que realmente se piensa, es el costo. En la vida cotidiana, cuando una persona piensa que una opinión es la que impera sobre las demás y no tiene la posibilidad, o tal vez, siquiera el valor de cuestionar su propia percepción, estaría renunciando a su propia libertad de elegir -este sería el costo- sólo para evitar no ser señalado o acusado -el beneficio- por no seguir aquello que la sociedad dicta que debe ser hecho, por lo que se ve presionado para cambiar de opinión.

²⁵ Debo mencionar que Homans no sólo aborda la cuestión psicológica, sino que también subyace a su análisis la cuestión económica, pues ve las relaciones humanas como un intercambio, ya que al renunciar a su integridad personal para entrar a alguna asociación o grupo que pueda ir en contra de su propia moral el individuo obtendrá un beneficio.

²⁶ Esto es interesante, pues la cultura de la cancelación en las redes sociales, que actualmente se vuelve más popular, también silencia al sujeto *desviado* o que no concuerda con lo que la sociedad le dicta que es lo correcto. Es sólo una forma más sofisticada de ostracismo, en el que la mayoría -si es que es mayoría- adopta tales medidas de castigo social.

3.1 La dinámica social.

El cambio de opinión en un individuo no obedece únicamente a factores psicológicos. La aleatoriedad²⁷ está siempre presente como un factor que interviene en la dinámica social y que, por consecuencia, afecta o impacta tanto al todo como a las partes. Este factor de aleatoriedad que sirve -o al menos intenta explicar - a la sociedad tan cambiante se apoya de los estudios de sistemas dinámicos-caóticos de las ciencias naturales como la física.²⁸ Sin embargo, para describir un fenómeno o comportamiento caótico -aparentemente- aleatorio no se necesita muchas veces un modelo igualmente complejo. Un ejemplo clásico es el de un péndulo. Cuando se observa el movimiento del péndulo de un reloj se conoce el movimiento que tendrá al inicio, el punto máximo; a la mitad -cuando se encuentra en una posición más baja de energía, es decir, en la parte del recorrido en el que está en el fondo del espacio o trayectoria de movimiento- y cuando alcanza el final de su recorrido -cuando se encuentra en el lado opuesto, pero equivalente, a la de su posición inicial-.

El sistema del péndulo describe un movimiento predecible tanto por la vista como por las ecuaciones, sin embargo, a medida que se agregan más péndulos, el sistema comienza a tener un comportamiento -movimiento- más errático o aleatorio en diferentes instantes hacia adelante en el tiempo, a pesar de que todos los componentes del sistema partieron de las mismas condiciones iniciales. Esta sensibilidad a las condiciones iniciales es el factor que a lo largo del tiempo cambiará hasta que el sistema pueda ser conocido únicamente en un instante del tiempo, puesto que, a partir de ese punto, las ecuaciones describirán o resultarán con un valor diferente para otro instante (t) (Navarro López, 2010: 5-7).

Si se asume que la configuración de la sociedad es similar o presenta las mismas características que un sistema caótico, entonces la distribución de ésta en sistemas más pequeños -subgrupos o subgrafos- dentro del conjunto -la sociedad-,

²⁷ En matemáticas la cuestión sobre si el azar o aleatoriedad es subjetiva o no aún se encuentra en discusión.

²⁸ David Easton, por ejemplo, no condena, sino que está a favor del uso de modelos y del aparato teórico que las ciencias naturales han desarrollado, pues para él, así como para otros estudiosos del análisis social, desde una perspectiva sistémica, estos modelos teóricos sirven como una especie de paralelismo o analogía a lo que se observa cuando se estudian las diferentes sociedades, las instituciones y sus interrelaciones (Easton, 1979 [1965]: 18).

presentarán las mismas propiedades que el sistema entero. En un estudio titulado “Redes complejas en la dinámica social” los investigadores San Miguel, Toral y Eguíluz (2005) mencionan que la formación de grupos -subgrafos- dentro del universo social -la red- puede ser descrita por medio del modelado simple, y que la evolución de los grupos a través del tiempo presenta las mismas propiedades que otros sistemas aleatorios, complejos y caóticos. Esta idea puede intuirse cuando el observador atento mira a la sociedad y nota con mayor regularidad que surgen grupos diferenciados, en el que cada uno busca su lugar o su espacio de representación ante la sociedad en general, y que, al mismo tiempo, entre más grupos se agregan al entramado social, la convivencia se vuelve más compleja.

Como advierten Miguel et. al. (2005), comprender todos los detalles de los componentes de un sistema, como el de una sociedad como la humana, o comprender o tener en cuenta todos los factores de un individuo -desde los psicológicos, los biológicos, los económicos entre otros- puede llevar a un ejercicio de modelado fútil con demasiadas variables, muchas de ellas irrelevantes para la comprensión total de la sociedad -la red-: “(...) el comportamiento global no es reductible a la suma de las partes del sistema o al comportamiento típico promedio de un constituyente del sistema (...)” (Miguel et. al., 2005: 2). Se trata de explicar cómo es que, por ejemplo, surge en la sociedad consenso sobre determinadas normas -jurídicas o informales- o cómo se llega a la polarización entre individuos que pertenecen a una misma red. En este sentido, tenemos que las interacciones entre los individuos que dan origen a cualquier fenómeno colectivo están determinadas por la red, pues ésta puede llegar a definir -en gran parte- el tipo de relaciones sociales que surge entre ellos:

“(...) la estructura de la red no está dada y determinada para siempre como una realidad externa, sino que, de la misma manera que las acciones de los individuos vienen afectadas por esa red, la red es creada por las acciones de los individuos, de manera que hay una coevolución de la red y las acciones de los individuos” (Lazarsfed citado en Miguel et al, 2005: 6).

Lo que sugiere el estudio de Miguel, Toral y Eguíluz (2005) es que el surgimiento de la opinión en cada individuo -y el llamado comportamiento de rebaño- estaría en función del nivel de interacción entre cada uno de los componentes de dicha red y del tamaño de ésta. En una simulación en computadora que los investigadores realizaron para su estudio sobre el comportamiento y el cambio cultural -simulación basada a su vez en un modelo propuesto por otro teórico llamado Axelrod- se menciona que dicho cambio puede llegar a dos estados: i) la polarización y, ii) la globalización cultural. Concluyen que un individuo podrá actuar de cierta forma específica siguiendo a los demás en función del tamaño del grupo o bien, en la misma forma, si dicho grupo es grande en comparación con el tamaño total de los individuos en la red. La clave de esta simulación es que, para que se dé el comportamiento global o el consenso colectivo, todos los individuos tienen que disponer de información completa, es decir, todos saben lo que todos los demás y, por lo tanto, todos tienen las mismas posibilidades para tomar la decisión que les sea más beneficiosa.

En la vida cotidiana, el individuo, la mayor parte del tiempo, no accederá a información completa por diferentes razones, ya sea porque no tiene interés o porque cree que una situación que parece estar limitada a afectar a algunos cuantos no le afectará en ningún aspecto, y tal vez de la información que pueda obtener o llegue a él por casualidad, por ejemplo, puede ser que no sea información veraz, que esté incompleta o manipulada. Con ello, la polarización es más probable en virtud de que las personas no pueden obtener toda la información o, tal vez, exista tanta que prefieren ignorarla.²⁹

A pesar de las limitaciones de la simulación basada en los parámetros de Axelrod sobre la adaptación o polarización cultural realizado por Miguel et. al. (2005), ésta ofrece una buena explicación sobre la difusión y adopción de ideas, juicios y comportamientos bajo ciertos parámetros como el flujo de la información, tamaño de la red, la disponibilidad para poder acceder a información que los demás

²⁹ Incluso ya existe un término para la sobrecarga de información, denominado *infoxicación*. Es interesante pues ya se considera uno de los nuevos males psicológicos surgidos en este siglo, especialmente asociado a la ingente información y contenidos vertidos en las redes sociales. Véase una breve artículo en: <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/sabes-lo-que-significa-la-infoxicacion-sus-consecuencias-y-como-prevenirlos/> [Consultado el 17 de agosto de 2020].

tienen, entre otras condiciones. La probabilidad, inherente a los sistemas complejos, de que los individuos lleguen a adoptar comportamientos o producir ciertas ideas para sí mismos que incluso cambien el conjunto del universo social y polaricen o globalicen ciertos comportamientos, todo en función de las percepciones personales o información que cada uno tenga, por muy informadas o sesgadas que éstas sean, son imposibles de predecir con exactitud.

3.2 Persiguiendo ideas en las redes sociales.

Si la *opinión pública* es, como dice Sartori (1997), un conjunto de opiniones que se encuentran en el público o en varios públicos, muchas veces vistas como datos que están dados a partir de la construcción de, por ejemplo, una encuesta -suponiendo que se hace rigurosamente-, entonces parece que puede tomarse como cierto lo generado por ella. Sin embargo, la opinión pública no es saber o, como diría Sartori, la opinión pública no es episteme -en el sentido en que cada individuo no construye su opinión de manera científica y objetiva- y que, no obstante, circula en la red de información de las personas como lo que los ciudadanos creen que es lo mejor, cuando lo que en realidad es sólo juicio o creencia. Siendo así ¿sigue siendo válido tomar la “opinión pública” como algo verdadero que debe tomar en cuenta el gobierno para poder decidir en materia de política pública, materia fiscal o en comercio exterior, por ejemplo?, ¿qué pasa si el sistema democrático representativo es un gobierno que funciona y fundamenta su legitimidad en la opinión pública, tan informada o desinformada como puede llegar a ser?

Sartori (1997) habla en este sentido de la opinión pública y el gobierno de los sondeos. Menciona que frecuentemente las personas, al ser entrevistadas, responden de manera forzada, lo que les lleva a dar una respuesta improvisada o inclusive inventada, es decir, opiniones frágiles, poco estructuradas, inconsistentes y por demás sesgadas, y que, como mencioné en el capítulo anterior con el experimento de los sesgos cognitivos (Dunning y Kruger, 1999) o el efecto del falso consenso (Ross, Green y House, 1976), muchas veces las personas -incluyéndome también, pues sería arrogante pensar que estoy exento de tales sesgos- vierten su opinión en los medios

actuales pensando que lo que dicen es correcto e informado. Cuando estos sondeos o encuestas llegan a un medio con millones de televidentes o, en el caso de las redes sociales, con millones de usuarios -ahora identificados como seguidores o cibernautas- es esperable que el punto de vista de unos cuantos ciudadanos encuestados en un punto pequeño de alguna ciudad sobre algún movimiento o protesta, quede sobrerrepresentado (Lerman, Yian y Wu, 2015) y que la información mostrada sea para algunos la confirmación de lo que han venido afirmando como lo que es verdadero, los hechos o lo que la *gente en general* piensa (Ross et al, 1976); mientras que para otros es lo contrario. Por supuesto, si esta información es verdad, sesgada, incompleta o manipulada queda en segundo plano, pues si dentro de cada uno de los diversos grupos -subgrafos- de la red esta información llega, para ser discutida o no -y muchas veces ni pensar en ser tomada como verdad- dependerá de si puede ser compartida o bloqueada por cada uno de sus miembros.

Por ejemplo, en un análisis sobre la manipulación de la información, se relaciona el auge del movimiento estudiantil conocido como “#yosoy132” y el uso de las tecnologías de la información, particularmente Facebook y Twitter, Norma Sánchez y Martín Echeverría (2014) analizan este movimiento calificado como contestatario y con tintes contrahegemónicos, en pugna contra el entonces duopolio de la información de las dos televisoras más importantes del país. La difusión de la información fue vital para el auge de este movimiento. Siguiendo a Granovetter (1973); si los estudiantes universitarios hubieran tenido un sentimiento de comunidad relativamente cerrado -por no decir elitista- no hubieran compartido su inconformidad, pero gracias a que este sentimiento comunitario fue distinto, sus reclamos pudieron hacerse sentir y tener eco en otros estudiantes, pues la información, al no tener tantos puntos que pudieran obstaculizar su diseminación, facilitó su transmisión, lo que posibilitó que el mensaje pudiera llegar más allá de la Universidad Iberoamericana. El malestar: la imposición mediática del entonces candidato a la presidencia, Enrique Peña Nieto.

Este movimiento mostró por vez primera en nuestro país el potencial informativo, pero también el potencial de uso político de las nuevas tecnologías - Internet y redes sociales- que se manifestaron de tres maneras: i) brindaron un acceso más amplio y diverso de información que los medios de comunicación tradicional oficialista -televisión, radio y prensa-; ii) el internet y los dispositivos móviles se convertirían en herramientas de organización y movilización -especialmente durante los tiempos electorales como las campañas políticas independientemente de su posible impacto en la orientación del voto-, y; iii) los antes receptores se transformarían a su vez en generadores de contenidos con carga política, e inclusive de relevancia en la opinión pública (Pareja Sánchez y Echeverría, 2014: 61-62). Sin embargo, y sin denostar o desdeñar el potencial como agente de cambio de las redes sociales, estas tecnologías de la información pueden llegar a ser contraproducentes a dicho potencial. Si los usuarios deciden filtrar y seleccionar qué tipo de información quieren ver y a qué tipo de público acceder ¿acaso eso no alimentará la burbuja cognitiva de las personas usuarias? Si la sociedad se comporta, como indiqué, como un sistema complejo (Miguel et. al., 2005) que va formando grupos cada vez más numerosos en función del aumento del número de miembros (Ross et al, 1976; Breiger, 2000) y cada *grupo* selecciona, *filtra* y rechaza cierta *información*, de tal manera que sólo *consume* aquella que confirme su visión del mundo, crea con ello una especie de burbuja de grupo con sesgos cognitivos ¿no es posible que las redes sociales generarán un clima de desinformación y polarización? Con base en esto -recuérdese “The majority illusion in social networks” (Lerman, Yian y Wu, 2015)- la respuesta a la pregunta es que, sí, efectivamente, cada vez que el usuario elige qué tipo de información quiere ver y qué fuente quiere que sea la que le provee dicha información, se crea un sesgo cognitivo con base en la selección de información. Por ejemplo, Facebook, coloca la *opción* de *bloquear*, dando la alternativa al usuario de “no quiero ver esto”, por lo que deliberadamente se van creando dichas burbujas cognitivas, puesto que el algoritmo está diseñado para maximizar el tiempo que el usuario dedica a las redes sociales, y si ello significa mostrarle sólo lo que quiere ver y no aquello que no le agrada, por lo tanto, sólo verá aquello que confirme sus creencias. Observo además un resultado maligno y funesto en los algoritmos de

búsqueda y recomendaciones de las diferentes redes sociales -Facebook, YouTube, o en los buscadores como Google- que parece ir en aumento, al incluir indiscriminadamente movimientos o colectivos sociales como los grupos antivacunas, terraplanistas y aquellos que difunden toda clase de pseudociencias, paradójicamente y por desgracia, en los mismos canales de información en Internet, cuando se supone que la red cimentaría las bases de una nueva era del conocimiento, una sociedad de la información, como lo entendió Manuel Castells y otros pensadores optimistas de la revolución tecnológica en el siglo pasado.

Las nuevas formas de acción comunicativa han llegado para modificar el panorama de construcción de la opinión pública, pues en efecto, movimientos como los de la primavera árabe o el #yosoy132 demuestran que el poder de los nuevos medios de comunicación implican una ruptura con el modelo tradicional que venía manejando la televisión o la radio, creando nuevos canales de información y medios de intercomunicación masiva, como lo es Internet, generando una *horizontalidad de intercambio e interacción* y dejando atrás esa *verticalidad*, pues los medios tradicionales no tenían las mismas posibilidades ni el nivel de interacción que ofrecen las actuales redes sociales (Pareja Sánchez y Echeverría, 2015). No obstante, encuentro contradictorio que éstas permitan al usuario seleccionar y aceptar y, a su vez, rechazar cierta información. Aun así, no demerito el poder de convocatoria que ofrecen las redes sociales como herramientas de acción, comunicación y organización contestataria por parte de grupos sociales u organizaciones civiles cuando son víctimas de omisiones o testigos de situaciones de injusticia que afectan el bienestar y los intereses de la sociedad misma, y que se supone debe cumplir el ciudadano o el gobierno, según sea el caso.

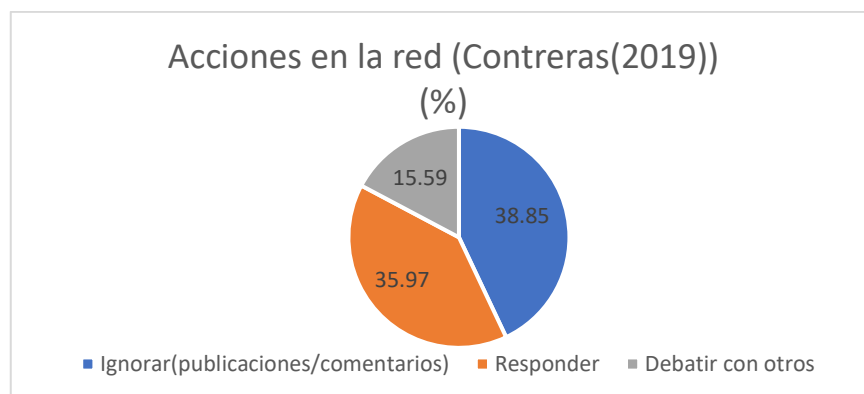
En otro estudio sobre la *acción colectiva* del movimiento #yosoy132 (Contreras, 2019) organizada mediante Facebook, Twitter y YouTube, principalmente, el autor recaba y *procesa datos* de una buena cantidad de usuarios de la red social Twitter y, aplicando el *análisis de redes* sociales basada en la teoría de grafos, y con ayuda del software de generación de redes -sociogramas o grafos- Pajek, el investigador generó un grafo donde los diversos nodos -usuarios- que se

identificaban mediante los llamados *hashtags* y acciones como “seguir”, “compartir”, “favoritos” o “retweet”, por ejemplo, creaban vínculos gracias a la función relacional del hipertexto que la mayoría conocemos como recomendaciones que arrojan las redes sociales con base en la información que cedemos y generamos. Gracias a tales acciones, la *generación de vínculos* o enlaces facilitaban la creación de una red comunicativa *multidireccional*, en la que los usuarios más activos, es decir, que compartían más *tweets*, llegaron a tener una mayor cantidad de seguidores, por lo que se volvían no solamente centrales, sino líderes de opinión con gran capacidad de influencia, al mismo tiempo que tenían gran alcance y representatividad.³⁰ A pesar de las limitaciones metodológicas del citado estudio -por ejemplo, no haber tenido una muestra tan grande y que ésta no fue seleccionada en forma probabilística- los datos que aporta, apoyan y confirman junto con otros estudios lo siguiente (Lerman et al, 2015; Dunning y Kruger, 1999; Gómez Puerta et al, 2019; Castro et al, 2019; Ross et al, 1976; Miguel et al, 2005): que las redes sociales, por sus características algorítmicas, pueden otorgar mayor *visibilidad* a unos usuarios -nodos- más que a otros, *en función de la actividad* del usuario, dejando cabida a que unos cuantos queden *sobrerrepresentados*, y que estos pocos generen la *ilusión* de que pueden ser una *mayoría*, aprovechándose así de la ingenuidad, desconocimiento o creencias de los demás individuos. Entre más activo es un usuario, es decir, a mayor cantidad de información generada y compartida, más central se vuelve -el nodo- generando más vínculos, hasta el punto de estar en una posición de sobrerrepresentación entre todos los demás miembros o usuarios de la red. El estudio realizado por Contreras Padilla confirma parte de mi hipótesis, pues los usuarios más pasivos o menos activos, se vuelven receptores respecto a aquellos más activos, que se convierten en centrales. Esto genera mayor visibilidad a unos, y a otros los relega, por lo que la opinión de unos pocos usuarios se vuelve la opinión representativa. La otra parte de mi hipótesis propone que las redes sociales generan una especie de burbuja ideológica, cuya

³⁰ Recomiendo consultar el estudio completo de Contreras Padilla pues el grafo -sociograma- que el autor genera a partir de sus datos, con ayuda del software, es muy ilustrativo. Decido no reproducir las imágenes de los grafos hechos por él, pues el autor merece ser consultado directamente.

estructura dependerá de las acciones que cada usuario tome respecto de aquello que desea ver y aquello -o a quien- decide bloquear, denunciar, ignorar o eliminar.

Contreras indica en su estudio (Contreras, 2019: 109) que las acciones que cada usuario toma sobre lo que quiere o no ver la mayoría se comporta: ignorando - publicaciones y/o comentarios- (38.85%); respondiendo a los que expresan una opinión distinta a la propia (35.97%), y *debatiendo con otros*³¹ (15.59%) (gráfica 1). A partir del comportamiento de esta red, puede inferirse o extrapolarse para otros usuarios de las mismas redes sociales -que también muestran un interés político y que se organizan en grupos- tienen un comportamiento similar, puesto que, retomando la simulación hecha por Miguel et al. (2005) en su estudio sobre redes complejas, el comportamiento que sigue un grupo dentro de un conjunto más grande contiene las mismas propiedades organizativas que el conjunto completo.



Gráfica 1: Acciones de usuarios en las redes sociales.

Como indiqué previamente, el análisis de redes sociales (ARS) estudia los vínculos de los nodos, es decir, la naturaleza de las relaciones entre los componentes del conjunto, más que los atributos de cada una de las partes (Kadushin, 2013; Paniagua López, 2012; Molina, 2001), sin embargo, tampoco se puede despreciar

³¹Anoto la palabra *debate* en cursivas, puesto que considero que un debate real va más allá de unos cuantos comentarios en una red social.

completamente el factor individual, pues las motivaciones personales, al ser tan aleatorias e impredecibles entre los individuos, pueden generar cambios en el comportamiento de otros dentro de la red, de tal forma que es posible que un solo actor pueda iniciar un movimiento social a través de la insistencia y la influencia en otros -por ejemplo, Gandhi y Martin Luther King Jr., ambos fueron actores decisivos que fueron el rostro de todo un movimiento social en su momento- o porque, por alguna razón, le parece a los demás atractivo -porque es famoso o es bueno en algo- lo que le da suficiente notoriedad como para ejercer influencia en los demás.

Por ejemplo, en una serie de estudios llevados a cabo por los investigadores Maya-Jariego y Delgado (2017) observaron que se puede influir e incluso controlar, hasta cierto punto, la dinámica social a partir de la identificación de actores sociales relevantes dentro de grupos y comunidades. La utilización de los conceptos teóricos y la aplicación de software de análisis de redes sociales -Pajek, NetDraw entre otros- les permitió ubicar actores sociales centrales -o populares- y a los intermediarios -que conectan a una serie de actores y subgrupos más periféricos o marginales- con el propósito de utilizarlos para difundir una serie de mensajes sobre una campaña de salud -de prevención, autoayuda, interrupción de procesos de contagio entre otros- y hacer más eficaz una serie de políticas sanitarias. La clave de este estudio radicó no sólo en la identificación de los individuos -nodos- centrales, sino que se logró identificarlos por características personales previamente existentes, por lo que, *per se*, el factor “atributos personales”, que dentro del análisis de redes sociales es poco importante puede, en ocasiones, llegar a ser un factor determinante para explicar el surgimiento de algún movimiento o fenómeno social o, en su caso, movilizar a un grupo de personas. Por ejemplo, el *liderazgo* puede ser identificado, pero no por ello predecible en un pequeño conjunto -subgrafo- de la red, ya que este rasgo o atributo personal se encuentra o surge casi espontáneamente y/o al azar en sujetos distribuidos aleatoriamente en todo el conjunto -en la sociedad- de la red.

Otro atributo es que una persona puede ser muy afectiva y así forjar lazos con los demás, generando mayor intercambio de información y con ellos crear un grupo más cohesionado, de modo que la comunidad o grupo donde éste esté inserto

dependerá, en gran medida, de la existencia de un individuo con este tipo de características -afectividad o carisma-. Por ejemplo, para mantenerse juntos, los vínculos personales fuertes son un indicador de gran relevancia para el análisis de redes sociales (Maya-Jariego y Delgado, 2017: 153-154).

Una de las conclusiones de este estudio, y que a mi parecer abarca ambas dimensiones, la grupal y la individual, es que el análisis de redes conlleva el aceptar y asumir dicha dualidad para poder interpretar adecuadamente los resultados de los grafos -o sociogramas- obtenidos y modelados a partir de los softwares y de la identificación de los vínculos: “La posición [centralidad o, en términos simples, la popularidad] de los individuos en las redes (...) es un elemento clave en los procesos de influencia social” (Maya-Jariego y Delgado, 2017: 159). Esto sin olvidar el contexto donde los individuos socializan -si es una relación formal en una organización jerarquizada o dentro de un grupo con un clima de interacción más ameno, relajado, informal y fraterno-.

Otro estudio parecido al realizado por Maya-Jariego y Delgado, fue elaborado por los investigadores Jorge G. Mendieta y Samuel Schmidt (1999). En ese estudio, por medio del análisis de redes sociales, se identificaron los actores centrales dentro del antes conocido como partido hegemónico, PRI. Este análisis tuvo como propósito, por medio de la identificación de los actores centrales al interior del PRI, observar cómo la centralidad de un actor puede llegar a mantener a un grupo cohesionado para conservar, en este caso, el poder político. Se constató cómo es que dentro del partido oficialista existió una red densamente conectada que seguía un patrón de comportamiento, es decir, el actor -nodo- que mantenía unida la red y tenía la capacidad de negociación, movilización y nombramientos, era el jefe del partido del PRI que, como es bien sabido, se convertía en el sucesor del presidente en turno durante la época del corporativismo. El estudio presenta un par de tablas³²; en la primera de ellas, que es la más interesante, va del cardenismo hasta el periodo de administración de Carlos Salinas. Mediante el cálculo del *índice de centralidad* por nodo dentro de la red -representando el nodo al jefe del partido y el partido político

³² Las tablas del estudio no las reproduzco aquí, recomiendo al lector su consulta directa.

la red- muestra cómo la centralidad de cada nodo va decayendo, al pasar de un índice muy alto, es decir, que mantenía vínculos con casi todos los miembros del partido y, por lo tanto, con gran influencia en éste (0.88, Cárdenas en 1940) a un índice muy bajo, con Carlos Salinas al frente del partido (0.69 en 1988).³³ Es interesante destacar cómo algunos de los índices de centralidad más bajos coinciden con periodos de crisis de legitimidad del poder político -y de la democracia- en nuestro país. Por ejemplo, con Miguel De La Madrid el indicador de centralidad tuvo un valor mínimo de 0.564, durante la crisis de finales de los 70 y principios de los 80, cuando se presentó un solo candidato en la “competencia” electoral por la presidencia. O el valor de 0.69 que se obtuvo cuando Carlos Salinas subió al poder, que coincidió con la crisis de partido al interior del PRI, su rompimiento y la formación del PRD. Los autores del estudio sugieren que el debilitamiento del poder centralizado que mantenía el presidente del partido reactivó las pequeñas redes y nodos hasta entonces más periféricos, pero con vínculos dentro del partido. Con este debilitamiento, los grupos pequeños -o subgrafos- movilizaron a sus miembros creando nuevas alianzas, inclusive dentro del partido, con otro actor que venía compitiendo políticamente dentro de éste, lucha que generó una escisión al interior del PRI, situación que repercutió en la situación política nacional.

La idea central del estudio es interesante, pues lo que pretenden mostrar los autores de este análisis es cómo los actores con muchos vínculos se vuelven centrales y con ello ganan poder e influencia para controlar a una gran cantidad de otros actores organizados dentro de un grupo, en este caso un partido político (PRI), al mismo tiempo que muestran también que la presencia de un sólo individuo tiene un peso importante en la cohesión de un grupo de personas para un fin determinado. Alrededor de este ejercicio también subyacen otras ideas. Las reglas formales como la Constitución servían para dar legitimidad a las acciones gubernamentales, especialmente las dictadas por el Presidente y su partido, y las reglas informales eran, la mayoría de las veces, las que mantenían unidos a todos los individuos de la red, en un sistema de premios, castigos y toda clase de incentivos para mantener la lealtad

³³ Recordemos que el cálculo de la centralidad de un nodo, significa que este tiene todos los vínculos posibles dentro del grafo, exceptuando los vínculos del tipo reflexivos.

hacia el partido y sus principales figuras, con el único fin de mantener la estabilidad del poder partidista bajo la misma lógica centralizadora, y los que no se adaptaban simplemente quedaban fuera de la red del partido hegemónico (Gil Mendieta y Schmidt, 1999).

Se observa el peso que puede llegar a tener una sola persona sobre el comportamiento global, por supuesto, sin obviar que el contexto sigue teniendo mayor peso que el actuar de un solo individuo. Los presidentes nunca actuaron solos; al igual que todos los que comienzan a congregarse a más individuos similares entre sí, cada uno va generando fuertes vínculos entre ellos; después comienzan a generar más y más con otros que están conectados a muy variados actores con diferentes características y en contextos igualmente particulares, unos dentro de redes pequeñas y otros relativamente aislados, hasta que los actores que iniciaron la formación de la red principal de intereses, muchas de las veces bajo el rostro de un líder o representante destacado, se hacen con el control e influencia de la red.

La influencia social (Breiger, 2000) trasciende círculos sociales, moldeando e influyendo el comportamiento de los individuos a los que alcance la red de vínculos, al menos en parte, pues de acuerdo a los grafos -sociogramas- que los estudios citados presentan (Miguel, Toral y Eguíluz, 2005; Frolidi, 2006; Contreras Padilla, 2019; Maya Jariego y Delgado, 2017) la mayoría de los vínculos fuertes se concentran en pocos actores de la red; los nodos centrales con más vínculos de salida y entrada - *indegree/outdegree* como se denomina formalmente en el ARS- mientras que otros, al ser marginales, y por ende tener la posibilidad de crear vínculos con otras redes, pueden adoptar posturas, opiniones e ideas distintas, pues la información que llega a ellos, gracias a la variedad de vínculos compartidos con redes diversas, los colocará en una posición tal que podrían llegar a tener otro punto de vista, es decir, al tener vínculos débiles con una red y también compartir con una red diferente permiten al individuo estar abierto a otra clase de información e influencia (Granovetter, 1973). Esta situación deja abierta la posibilidad de que por el nodo con vínculos débiles circule información entre redes diferentes aparentemente desconectadas entre sí, y aunque al principio sería lento el intercambio o la llegada de nueva información -o

puntos de vista- a otra red, esto podría desencadenar una nueva dinámica, o al menos eso es lo que sugieren los estudios de difusión o adopción de ideas en áreas como la medicina o la innovación tecnológica (Kadushin, 2013); además cabe la posibilidad de esperar que esta dinámica se replique en redes de individuos que tengan intereses políticos, pues como he mencionado, al compartir las redes propiedades y patrones de comportamiento, se espera que la información, nuevas ideas y opiniones se difundan de manera similar, sin importar que sea una red de investigación científica o de un grupo social con una ideología política específica (Kadushin, 2013; Miguel et. al., 2005).

Hasta aquí se ha visto la dinámica social y la constante búsqueda por parte del individuo de nuevas perspectivas adentrándose y formando sociedades. Y esto es sumamente importante, pues como se verá más adelante en este trabajo, la asociación de individuos para formar grupos -dígase clubes deportivos o partidos políticos- es fundamental en el proceso social. Idea que aborda Alexis de Tocqueville al hablar de la importancia de la asociación de ciudadanos como bloque de organización y contrapeso al poder del Estado, idea que por supuesto, no se aleja demasiado de la idea de la influencia y los círculos sociales de Simmel, pues toda asociación, siguiendo a estos dos pensadores, no sólo en influencia mutua o perseguir ideas y objetivos comunes, sino trabajar juntos para obtener libertad y poder.

CAPITULO IV

Capítulo IV. La articulación del nuevo espacio público.

La teoría de grafos, que deriva de los trabajos matemáticos hechos desde Euler hasta nuestros días, aborda en su aplicación -tal y como lo han hecho, por ejemplo, Lerman, Yian y Wu- el estudio de las relaciones sociales de los seres humanos con ayuda de conceptos como: *red*, *nodo*, *vínculos* - simétricos o valorados -*centralidad*, *puente*, *agujero estructural*, *intermediación*, *cercanía*, etcétera-. Tales conceptos tratan de explicar y describir tales relaciones sociales objetivamente, así como dar una explicación a la dinámica social que subyace a todo proceso de socialización y de comportamiento de los individuos de la red.

Esta perspectiva aborda la cuestión dual que Simmel (retomado en Breiger, 2000) observó en su momento, pues las personas se relacionan con otras que, al parecer, no se encuentran relacionadas o conectadas entre sí. Sin embargo, la teoría de grafos como tal -matemáticamente hablando- no profundiza tanto en las cuestiones sociales de naturaleza humana, pues éstas son tan impredecibles y a veces tan subjetivas que no es posible su explicación a menos que se observen con otras perspectivas teóricas como lo haría la política o sociología; por ejemplo, los estudios citados sobre el movimiento “#yosoy132” (Contreras Padilla, 2019) o sobre el peso político del sucesor presidencial al interior del PRI (Gil Mendieta y Schmidt, 1999) muestran los datos sobre la centralidad de los usuarios y personajes reconocidos, y la influencia de éstos en otras personas, ya sean usuarios de redes sociales o militantes de partido. La teoría de grafos ayuda a identificarlos como actores relevantes, así como su centralidad e importancia en ciertos momentos. En el estudio de Contreras Padilla, por ejemplo, sobre la acción y percepción política, gracias a las nuevas tecnologías se logró calcular el nivel de actividad de cada usuario y hasta su alcance mediante la creación de más vínculos con otras personas -los seguidores (followers)-, pero, como he mencionado, la teoría de grafos y su aplicación mediante el análisis de redes sociales no arroja más *información*, y sólo lo hará cuando la *red*, los vínculos de los individuos involucrados y sus acciones se ubiquen y *circunscriban* dentro de un evento o *contexto* sociopolítico importante. En el caso del movimiento estudiantil “#yosoy132”, se dio durante las elecciones federales de nuestro país en 2012, en un

clima de mucha violencia, pues la guerra contra el narco y el recuento diario de homicidios eran -sino es que aún lo son- un bombardeo mediático constante, que tuvo como resultado la crisis de legitimidad del gobierno y puso en entredicho la capacidad de las instituciones, principalmente las de seguridad -como la policía y el ejército- en los albores de las elecciones presidenciales y hasta el momento de la toma de posesión del ahora expresidente Enrique Peña Nieto -mientras que a las afueras del palacio de San Lázaro había una manifestación donde hubo heridos y hasta uno de los manifestantes murió después de los acontecimientos ocurridos-.³⁴ El “#yosoy132” todavía tuvo fuerte presencia hasta finales de 2014 por lo ocurrido a los 43 estudiantes normalistas desaparecidos de Ayotzinapa, y hasta principios de 2015 fue desapareciendo paulatinamente.

El uso de las nuevas herramientas tecnológicas con fines políticos se manifiesta cada vez más con mayor importancia. Así se constata cuando se habla, por ejemplo, de Política 2.0 (Lanza y Fidel, 2011) y la importancia de la vinculación de las personas -y potenciales votantes- a través de esta nueva generación de medios de comunicación basados en el Internet y masificado gracias a los avances tecnológicos que hace posible que las personas lleven un dispositivo móvil a cualquier parte, lo que permite una interacción constante entre todos en todo momento. El análisis de Lucas Lanza y Natalia Fidel da cuenta de la relevancia de los nuevos medios de comunicación como Facebook o Twitter que fueron vitales durante la campaña política de Obama en las elecciones de 2008, pues sus simpatizantes, “coordinados” por medio de la cuenta de Twitter de Barack Obama y de otros de sus aliados políticos, pudieron organizar a sus votantes para que asistieran a mítines, conferencias, acudieran a verlos a lugares públicos entre otras acciones más, pero tal vez lo más importante que lograron hacer fue convencer a todos sus seguidores en Twitter para donar a la campaña del entonces candidato Demócrata, que ahora se considera una de las campañas más exitosas de la historia de Estados Unidos, ya que logró recaudar una cantidad multimillonaria de dólares en cuestión de meses.

³⁴ Véase el caso de Juan Francisco Kuykendall y el resumen de los acontecimientos del 1° de diciembre de 2012. https://es.wikipedia.org/wiki/Disturbios_del_1_de_diciembre_de_2012_en_M%C3%A9xico [Consultado el 3 de agosto de 2020].

Parte de esta nueva socialización tecnológica y politización de las redes sociales es la segmentación del mensaje, pues ahora los candidatos pueden enviar un mensaje al público en diferentes regiones o distritos mucho más específico y personalizado, por lo que la *comunicación* da un giro y se vuelve cada vez más *horizontal*, a comparación de los medios tradicionales.

La expansión de los nuevos medios ha sido tal que, si aún no ha superado, sí se ha igualado a sus respectivos predecesores -Televisión, radio y prensa- en unos cuantos años. El Internet y las redes sociales han tenido un incremento exponencial. Como resultado de esta evolución, se observa un efecto sobre el individuo como usuario de esas tecnologías; se le demanda ahora nuevas capacidades cognitivas, pues el internauta ya no sólo es *consumidor*, se ha vuelto un “*prosumidor*”: “(...) al mismo tiempo las capacidades cognitivas de las audiencias se modifican [los usuarios han tenido que adaptarse] para poder retener una dosis mayor y más compleja de información” (Lanza y Fidel, 2011: 54). Sin embargo, la televisión sigue teniendo un gran peso a la hora de ser elegida -refiriéndome aquí a la población estadounidense³⁵- como uno de los medios predilectos para informarse sobre política, pues es más fácil encender la televisión y ver pasivamente las noticias.³⁶

A esto, se suma otro componente de la nueva forma de hacer política en las redes sociales: la *visibilidad* de los acontecimientos, pues esta característica *mediática* será la que va a impactar en la *opinión pública* y en la postura que pueda tomar cada individuo respecto a algún acontecimiento político y social, pues la persona se verá

³⁵ En la población mexicana, por ejemplo, de acuerdo a una encuesta llevada a cabo por el Senado de la República, ENSER 2018 “(...) los medios de comunicación empleados por la ciudadanía con el objetivo de informarse sobre los asuntos de la Cámara de Senadores [y podría decirse de política en general] (...) indican que el principal medio consultado es la televisión (44.1%), seguido de Internet (29.4%), el Canal del Congreso (6.7%), las redes sociales de Internet como Facebook y Twitter (4.8%), los periódicos (4.4%), la radio (2.8%) y las redes sociales del Senado (2.3%)” (Zamora Sáenz, 2018: 6) Cabe esperar, como se indica en el mismo documento, que el cambio tecnológico y generacional modifiquen el valor de los indicadores en favor de los medios electrónicos y en detrimento de la televisión, radio y prensa escrita principalmente.

³⁶ Lanza y Fidel, al contrario que Sartori (1997), piensan que el internet, la cibernavegación y el uso de las redes sociales generará y demandará en el usuario nuevas capacidades cognitivas, pues la cantidad de información que circula será tan vertiginosa que para mantenerse al día el usuario deberá aprender a procesar todos esos datos. Sartori, sin embargo, piensa que el usuario se volverá pasivo, ya que el poder de la imagen, la cantidad de información y el entretenimiento vencerá al usuario y lo volverá pasivo, un mero espectador entre la *video-política* del espectáculo y entretenimiento intrascendente.

influida, en cierta medida, por la manera de transmitir y abordar la cosa pública [*res pública*].

Al respecto, en un estudio sobre la construcción de la noticia -como forma de visibilidad política-, Lorena Retegui (2017) aborda y estudia el *newsmaking*. La autora menciona la diferenciación entre “construcción social” de la noticia y la “rutina de creación de la noticia”, siendo esta última un proceso que puede entenderse mejor a partir del entendimiento de la lógica detrás de la creación de las notas informativas, pues se involucra el tiempo que dispone el noticiario para tratar el tema, el tipo de audiencia que tienen o la importancia que da el periodista a un suceso, entre otros aspectos. A partir de estos factores puede comprenderse y definirse mejor cómo se crean las noticias -*newsmaking*- en lugar de recurrir a un concepto a veces muy abstracto como construcción social. Esta rutina de procesos menciona Retegui (2017), es un proceso que atraviesa una serie de filtros que obedecen a los intereses - económicos o políticos- del medio que los transmite ya que, al final, como menciona la autora, los medios de comunicación son empresas, por lo tanto, informar los hechos, queda la mayoría de las veces en segundo plano. En este sentido, por ejemplo, Sartori (1997), al hablar de la video política, menciona el énfasis que los medios tienen en la imagen más que en la situación en general, la verdad o la evidencia, pues la imagen, al ser tan poderosa para influir, puede manipularse -sacarse de contexto- y con ello cambiar el trasfondo de la situación que claro, si se involucra a algún personaje mediático importante de la política con el que se guarda alguna relación de interés, lo que se intentará es favorecerle, más cuando están de por medio elecciones y cargos públicos importantes, o la agenda política se ve saturada con movimientos sociales de relevancia mediática. Es aquí donde la imagen que transmiten los medios y el gobierno democrático se ve presionado por la opinión pública, pues todos ellos giran en torno a un juego de poder, y en el que la democracia, como forma de gobierno de masas, debe responder satisfactoriamente a todos:

“La democracia (...) como gobierno de opinión (...) se adapta perfectamente a la video política. Actualmente el pueblo (...) <<opina>> sobre todo en función de

cómo la Televisión [y ahora el internet y las redes sociales] le induce a opinar (...) el poder de la imagen se coloca en el centro” (Sartori, 1997: 70).

Actualmente con internet y redes sociales, y potenciado por la tecnología portátil o de bolsillo -celulares o smartphones- cada individuo tiene al alcance de sus manos el poder, antes casi exclusivo de la televisión, de la imagen. Una persona podrá tomar una fotografía o un video y podrá difundirlo en la red, algunas veces con un impacto social insospechado y hasta trascendente -si un contenido se vuelve *viral* y tiene un impacto que se manifiesta en el mundo real, entonces puede ser calificado de trascendencia social-.³⁷ De estas situaciones hay varios ejemplos, como el mencionado movimiento estudiantil mexicano “#yosoy132” o el movimiento conocido como la *primavera árabe* que, con justa razón -a mi parecer- surgen para reclamar a un gobierno indolente, corrupto y autoritario la justicia que un país necesita, pero, ¿qué pasa cuando una fotografía o un video que puede estar fuera de contexto es difundido para favorecer política o ideológicamente a alguien o a un grupo?

Si seguimos a Sartori (1997), la cuestión sobre la primicia de la imagen en los tiempos actuales es más importante hoy que al inicio de los medios de comunicación masiva. Antes los periódicos llegaban a aquellos que sabían leer, y para los que no sabían, la noticia era algo ajeno, inexistente para los iletrados. Con la radio este problema fue superado, pues entonces los que no sabían leer podían escuchar y atestiguar los acontecimientos, ya que conocían el lenguaje, aunque no sus símbolos. Todo esto se supera con la imagen. La televisión toma la delantera. Ya no es necesario comprender los símbolos del lenguaje, ni siquiera el cómo se escucha, pues ver es todo lo que se necesita, ya que conocer el lenguaje para entender deja de ser importante. La televisión transmite lo que considera más relevante, y si no aparece ahí entonces es como si no existiera o es de poca importancia.

³⁷ Por ejemplo, recientemente el caso del video difundido en las redes sociales sobre la detención de un afroamericano en Estados Unidos causó impacto de trascendencia social como lo que menciono, pues puso de nuevo en la mesa el debate del racismo de las corporaciones de seguridad y la brutalidad policiaca, además de que se organizaron protestas en muchos de los estados de aquella nación, lo que puso en jaque por unos momentos al gobierno estadounidense.

La Televisión tiene ahora su evolución en los nuevos medios tecnológicos gracias al desarrollo de dispositivos móviles con cámara que pueden captar todo y que el usuario puede difundir en la red. El consumidor de imágenes se vuelve generador, que a través de las redes sociales interactúa y se vincula con otros, ajenos muchas de las veces a las situaciones, pero que tiene el poder -sienten que deben y pueden- de opinar, aún con poca información sobre lo que sucede. Ahora todos pueden emitir una opinión y sacar conclusiones antes siquiera de tener la información completa -no se hable de disponibilidad, porque la información está circulando casi instantáneamente por la red-. Así se va configurando el nuevo espacio público (Ortega, 2003). Periodistas y políticos están obligados, por su posición de figuras públicas y mediáticas, a dar información, una respuesta y solución. Y ambos deben dar lo que el público quiere saber. Actualmente las personas sacan conclusiones tan rápido y tan pronto como información sobre algún suceso se difunde. El *demopoder* (Sartori, 1997) exige justicia, ya no hay tiempo para deliberar, se requiere una solución pues los hechos están ahí y la imagen no miente, o al menos eso aparenta.

Antes los espacios públicos eran eso, espacios donde los ciudadanos podían reunirse y discutir o escuchar lo relacionado con la *cosa pública*; en su momento fue el ágora griega, o la plaza pública en la edad media. Después, estos espacios se trasladaron a los círculos ilustrados, a los filósofos que reflexionaban sobre la libertad individual o el bienestar social y del Estado, como Rousseau lo hizo con el Contrato Social o John S. Mill en su Tratado Sobre la Libertad. Posteriormente el espacio público transmutó, pues pasó de ser un espacio físico para ser expresado mediante la literatura y el arte -el muralismo mexicano es ejemplo de ello-. Ahora, en nuestra sociedad moderna, el espacio público toma una nueva forma y se libra en un espacio distinto: el Internet -espacio virtual o ciberespacio-.

4.1 El nuevo espacio público dentro de la red.

Dos cosas tuvieron que suceder antes de que el espacio público tuviese otro “terreno” donde expresarse. Primero; el surgimiento del Estado democrático como forma de gobierno que permitiese la libertad de expresión y, segundo; el desarrollo de los medios de comunicación. En principio el espacio público había sido

monopolizado por el binomio de televisión y radio. Lo público quedó relegado, el discurso era sólo para hacer publicidad, mientras los intereses particulares eran la verdadera agenda, aunque en forma oculta, del gobierno. El espacio público fue colonizado (Ortega, 2003).

A partir de estas dos características se configura el nuevo espacio en la red, de forma independiente, pues el monopolio de la televisión no se dará cuenta a tiempo de que ha ido perdiendo terreno hasta entrado el nuevo milenio. Con la introducción del *ciberespacio político* se cierne una nueva realidad, aunque en cierto grado paradójica: primero; la creciente *politización* de estos nuevos *medios de comunicación* y expresión y, segundo; la poca participación ciudadana en los asuntos públicos.³⁸ De acuerdo con Ortega (2003), esta politización de los medios de comunicación, que se dio primero entre periodistas y políticos, lucía más como un arreglo entre intereses particulares, dejando fuera las peticiones ciudadanas que, por su parte, estaban en la búsqueda de espacios públicos de discusión donde expresar sus inconformidades, obligados a crearlos fuera del institucionalismo formal y vertical, haciéndolos en universidades o a través de la literatura que, sin embargo, pronto deformarían en espacios donde los intelectuales dejaran fuera la deliberación y el libre debate solamente para imponer discursivamente una agenda política e ideológica.

Actualmente ya no hay cabida para los grandes discursos, sino una nueva arena política que está al alcance de todos, en la que cada individuo, en la construcción de su esfera o burbuja político-ideológica va seleccionando el o los discursos que más se ajustan a su visión del mundo -por no decir a sus propios prejuicios- y que, mientras celebra y defiende férreamente su individualidad y se siente más aislado, también exige al Estado la protección de sus derechos sociales. Así, el individuo busca

³⁸ Con anterioridad he mencionado como ejemplo de este poco interés y poca cultura política por parte de los ciudadanos mexicanos el casi nulo conocimiento que existe de nuestra Constitución Política. En cuanto a participación electoral, como dato adicional, se encuentra disponible, por ejemplo, el cálculo que el INE realiza cada periodo electoral: en 2018 la participación ciudadana tuvo un porcentaje de participación de apenas 63%, con una ligera variación porcentual en los últimos veinte años alrededor de dicho valor. En elecciones intermedias la participación no ha superado el 50% en los últimos 20 años, con lo cual se observa la poca cultura política e interés real del ciudadano mexicano en los asuntos públicos, en un contexto en el que la discusión política se encuentra por todas partes.

Ver el documento en: <https://centralectoral.ine.mx/2019/08/14/estudio-muestral-la-participacion-ciudadana-las-elecciones-federales-2018/> [consultado el 25 de julio de 2020].

afanosamente, a través de las nuevas redes sociales, la afirmación de su importancia como individuo dentro del colectivo, de la sociedad misma, porque el individuo sólo se ve a sí mismo como tal en relación, interacción y en comparación con los demás (Oltra, 2011: 73-87). La persona busca identidad en lo público, mientras que atomiza cada aspecto de su vida pues las redes sociales, cada vez con algoritmos más avanzados, le muestran sólo lo que quiere ver, con el propósito de mantener al usuario conectado todo el tiempo posible, por ello, cuando se oye a los programadores o a los matemáticos diciendo que hay que tener cuidado con lo que dice el muro de Facebook -o *feed*- no puede sino pensarse que el algoritmo hará exactamente lo que tiene programado hacer, y eso es exactamente lo que se le dice que quiere verse y lo que no, es decir, evitará el mostrar lo que no es del interés del individuo o lo que no cree “correcto” (Grima, 2018).

Y mientras el poco interés en participar políticamente en el mundo real parece acentuarse cada vez más, el nuevo espacio público -o más bien, la nueva arena pública- parece plagarse de contenido ideológico, es decir, con mucha carga política (Contreras Padilla, 2019; Ortega, 2003) y con ello, y aquí coincido con Sartori, el usuario se enfrentará cada vez más constantemente con la subinformación y al sobreestímulo de la red (Sartori, 1997). Hasta aquí encuentro explicaciones y perspectivas, más que contradictorias, complementarias. Por una parte, está la construcción de los nuevos espacios públicos -virtuales- a través de las redes sociales politizadas, en la que cada actor o grupo importante busca la notoriedad más que la argumentación o el debate; ya no se busca la identificación con un gran discurso y una sola ideología, sino convencer que pertenecer a tal o cual grupo es la respuesta, y que los demás no los son. Se busca la notoriedad con una imagen que convenza al mundo, la espectacularidad de la política es lo actual (Castells, 2000), aunque ello signifique renunciar a la verdad de los hechos, pues lo que se dice y hace es lo que debe complacer a cada individuo. Actualmente el discurso político en este nuevo espacio

público parece concentrarse más en atacar al contrario, en hacer de los demás un enemigo, mientras que la información se vuelve secundaria.³⁹

Por otro lado, tenemos la subinformación que, si antes dependía de lo que los grandes medios de comunicación consideraban importante, ahora depende de lo que los usuarios decidan qué es lo importante ya que las redes sociales, gracias a la personalización que permiten todas sus opciones, pueden filtrar más información, lo que no significa que es necesariamente la más importante o la mejor a la que el individuo puede acceder.

Al respecto sobre la información, Sartori menciona: “Por sí misma la información no lleva a comprender (...) se puede estar informado de muchas cuestiones y a pesar de ello no comprenderlas” (Sartori, 1997:83). Si antes el discurso de la televisión o de la radio servía para conmover, persuadir o convencer a los ciudadanos -no necesariamente informados- a través de la interpretación de los acontecimientos políticos y sociales, los cuales podían estar, hasta cierto punto, editados -por no decir manipulados- con tal de retener la atención de sus audiencias, ahora su poder mediático se ve disminuido; las redes sociales -el nuevo espacio público- segmenta la atención de la antes *mass media*, que va desde una visión atomizada del mundo hasta “grandes” grupos ciudadanos que se van adhiriendo a una u otra ideología. Anoto la palabra “grandes” entre comillas, ya que, como sostengo desde el principio, las redes sociales distorsionan nuestra visión de lo que vemos, así que esos grupos aparentemente grandes podrían estar sobrerrepresentados ante los demás. Así que, si la nueva arena pública, por su funcionamiento, está sobrerrepresentando a unos cuantos grupos e individuos, la visión política encarnada en algunos grupos sociales es en realidad consecuencia de esta sobrerrepresentación,

³⁹ Actualmente las redes sociales se están plagando de contenido que beneficia a uno u otro grupo con una agenda política bastante inquietante, al punto de que algunas de ellas negarían los fundamentos científicos sólo para darse notoriedad en todos los campos, pero no para avanzar en cuanto a conocimiento, sino para verse representados en cualquier institución gubernamental, pues el poder que se busca a partir de la organización ideológica siempre requiere hacerse del Estado para convertirlo en un vector de sus propias metas. Al respecto, el artículo que comparto tiene un interesante punto de vista sobre los dogmatismos que irrumpen actualmente en las instituciones científicas, que son resultado de todo el contenido político y propagandístico que circula en las redes sociales. Consúltense en: <https://disidentia.com/ideologia-de-genero-en-la-ciencia-el-nuevo-dogma-y-la-nueva-caza-de-brujas/> [consultado el 7 de agosto de 2020].

lo que significa que lo que estamos viendo parece más la imposición de la agenda y objetivos de algunos cuantos grupos que la priorización de las necesidades de segmentos más grandes de la población, pues más allá de los dilemas de identificación o de la opresión, la pobreza es, por ejemplo, uno de los problemas más importantes que deben ser resueltos por el Estado.

Aun así, que los grupos queden sobrerrepresentados no obedece a un algoritmo solamente, ni mucho menos puede atribuirse exclusivamente que dichos grupos se formen gracias estas herramientas tecnológicas, o que todos los que se integran a estos grupos con fines políticos sientan una necesidad casi automática de hacerlo. En realidad, esto se debe a un proceso más complejo que parte de la socialización del ser humano, es decir, que el individuo tiene inherentemente el deseo de pertenecer a algo más grande que él mismo, pues al mismo tiempo que se reconoce como ser individual, también busca su significado entre y respecto a los demás (Oltra, 2011). Aquí es importante todo el contexto cultural que se ha ido construyendo alrededor del sujeto, de forma independiente y a través de la historia. En nuestra época moderna, este marco cultural se construyó, en gran parte, gracias a los medios de comunicación -televisión, radio, cine y toda la demás industria del entretenimiento-, pero ahora la cultura se va moldeando con la participación activa de todos los individuos a través de los grupos que forman en estos nuevos espacios, a la vez que el mismo sistema político se va acomodando a dichos cambios, lo que resultará en un sistema político basado en la conducta percibida y emanada de dichos espacios, esto es, un sistema de conducta construido en un espacio virtual, intangible, pero con consecuencias en el mundo real.⁴⁰ El individuo busca su significado en los demás, y refuerza sus creencias con aquellos que ven el mundo como lo hace él (Ortega, 2003; Oltra, 2011).

⁴⁰ Entendido que el sistema político ya no es sólo una construcción teórica para el estudio de la conducta de las personas, sino un sistema que es construido por el aparente consenso que se percibe en las nuevas redes sociales y que es, actualmente, el punto de partida para diversas acciones gubernamentales. Claro que aquí no hago justicia a lo definido por Easton, pero en esencia, el concepto de sistema político como sistema de conducta sirve a mis propósitos explicativos (Easton, 1979).

El contexto cultural ahora se alimenta de la participación de los individuos en los nuevos espacios públicos virtuales, donde la presencia de algunos de estos grupos se percibe con el paso del tiempo mucho más fuerte, y en la que los más activos se ven a sí mismos como los portadores de la nueva lucha social en representación de toda la sociedad en su conjunto. Como mencioné, el objetivo actual de la política es la visibilidad, la notoriedad y el espectáculo. Sin embargo, más visibilidad no es necesariamente igual a validez o verdad. Por ejemplo, si un individuo que promueve una pseudociencia con un video anticientífico, y dicho material llega a tener más visibilidad -que se mide en reproducciones, compartidos o en likes- que aquel con un contenido realmente científico y demostrable, no significa que el más popular sea cierto, aunque más personas creen que lo es. El problema es que el nuevo espacio público está enfocado a la visibilidad y la notoriedad, y en cuestión política esto no es la excepción. A esto se suma el que los algoritmos de las redes sociales buscan que el usuario esté conectado todo el tiempo posible -excepto cuando tenga que dormir, si es que puede hacerlo-, y mientras está en la red, ésta vigila, relaciona y predice sus gustos y calcula qué o a quién podría seguir o a qué grupo unirse porque la información que genera así lo indica. De esta manera la red social va encapsulando al individuo hasta que éste sólo vea contenido que le agrada y a personas que crean lo mismo que él, negándose la oportunidad y disminuyendo la posibilidad de ver contenido que pueda contradecir a su ideología. Cuando mencioné la homofilia (Kadushin, 2013) dije que el concepto aduce a los patrones de comportamiento y relación que tienen los individuos y que, por tanto, cada uno tendría más posibilidades de relacionarse con aquellos que fueran similares a él mismo, en un sentido distinto, pues se trata de similitudes idiosincráticas más que físicas. Como resultado, se tiene que las redes sociales van a vincular al individuo con aquellos que muestren un patrón similar de gustos y actitudes, por ejemplo, que con aquellos que sean distintos, con lo que el nuevo espacio se va segmentando en grupos -subgrafos- más pequeños hasta que cada uno pueda interactuar más con aquellos que muestren una manera de pensar y opinar similar.

Sin duda el nuevo espacio público ayuda a generar nuevas opiniones en todos sus participantes o usuarios, pero no necesariamente serán opiniones libres de sesgos o prejuicios (Dunning y Kruger, 1999; Ross et al, 1976), ya que son los mismos individuos los que van configurando con quién deciden interactuar y con quién no. Mientras el mensaje tenga visibilidad para cada uno de acuerdo con lo que eligen ver, la *objetividad* queda *relegada* a un segundo plano.

4.2 Hacia la individualización y la búsqueda de lo colectivo.

Cuando Simmel (recuperado en Vernick, 2015; Fontes, 2015) realizó sus observaciones de los círculos intelectuales y de la socialización de la vida berlinesa, no solamente utilizó una metodología teórico-observacional distinta para dar soporte a sus escritos, sino que utilizó conceptos nuevos para describir las relaciones interpersonales -como el concepto de *círculo social*-. Notó que las personas orientan sus decisiones, ideas y comportamientos en relación con otros. Al igual que un coetáneo colega suyo, Simmel abordaba el estudio del grupo de manera similar a Durkheim. El grupo, de acuerdo con Simmel, induce y, en cierta medida, condiciona al individuo a actuar y opinar como lo haría esa mayoría grupal. No obstante, la elección no es simple ni dicotómica entre elegir o decir sí o no a algo o alguien en una situación dada. En esta explicación es importante enfatizar la *indisolubilidad* sobre la dualidad *sujeto* y *sociedad*. No se puede explicar uno sin otro.

Easton (1979), por ejemplo, menciona que la *unidad* de análisis de los sistemas sociales dependen en gran medida de los intereses del investigador, y que es inescapable y en extremo difícil decidir en qué punto el sistema que se utilizará como medida de referencia está o no limitado y separado de aquellos otros que no tienen una relación directa o indirecta, es decir, si el sistema que decide el investigador está separado o tiene una correlación con otro que pueda influir en el funcionamiento del sistema social de interés. También menciona que el *concepto* mismo de *sistema* es demasiado *amplio*, por lo que ver un sistema separado o aislado para su análisis es una tarea tal vez demasiado ambigua. Easton se pregunta “¿Qué nos impide afirmar que cualquier cosa del mundo está relacionada con todas la demás, con lo cual toda

la vida social se combinaría en un único y gran sistema?” (Easton, 1979: 57) El investigador escoge las variables que a su criterio son más importantes para definir qué y cómo un sistema explica el comportamiento social y político de las personas, lo que compone la unidad empírica del sistema definido. Con esto quiero decir que el individuo como unidad de análisis, en conjunto con un concepto tan amplio como grupo o sistema social, son inseparables, y que haber definido la red social como un concepto del mismo nivel, pero con ciertas particularidades es, al menos en este trabajo, útil para poder conocer la realidad fenoménica que se configura actualmente, y con ello acercarse a la comprensión de la realidad social dentro de un sistema político que cambia constantemente.

Simmel partió del individuo como unidad de análisis y pronto se dio cuenta de que no podía analizarlo separadamente de la sociedad, pues la interacción humana es tan versátil, tan cambiante e impredecible que se hace necesario ubicar al individuo dentro de ella, pues gran parte de lo que llega a ser y cómo se identifica a sí mismo sólo puede explicarlo respecto -y en relación a- los demás -no existe el sentimiento de soledad, por ejemplo, si nunca se interactúa con los otros-. Dentro de esta concepción hay *dos conceptos* interesantes: por un lado se encuentra el *contenido* que representa la complejidad y el dinamismo inherente al ser humano en su condición de ser individual; por otra parte tenemos el concepto de *forma*, el cual se refiere al comportamiento del individuo en sociedad, ambos dentro de lo que Simmel llamó campo estructural / círculo social, con el propósito de entender las relaciones humanas.

“Individuo y sociedad tienen que ser pensados de forma única, a partir del hecho de que lo que realmente importa son los procesos sociales subyacentes a la socialización (...) relación e interacción entre los individuos y su cotidiano” (Fontes, 2015: 534).

A partir de la relación indisoluble entre individuo y sociedad dentro de un sistema de análisis como lo es grupo o red social -grafo, en otros términos- se puede aumentar la probabilidad de comprender, con cierta validez, la realidad fenomenológica, política y social. Sin embargo, no es todo. Como he argumentado,

el individuo cambia constantemente y con ello las relaciones con otros. Ya que es así para todos los individuos del sistema y dentro de los grupos que se forman dentro de este, las condiciones que venían determinando la socialización para todo el conjunto y los subconjuntos que se forman dentro de éste también se modifican. Simmel, por ejemplo, observó como los individuos perdían vínculos con sus círculos primarios de socialización -la familia o su comunidad de origen- a medida que la metrópoli se hacía más grande y cambiaba con el tiempo. Y al tiempo que la vida del individuo se atomizaba, éste buscaba diferenciarse entre todos, sin que ello significara el completo aislamiento.

Actualmente el individuo, a medida que desea diferenciarse de los demás, busca encarecidamente identificarse con los ellos; gracias a las nuevas herramientas tecnológicas como las redes sociales, estos procesos de socialización e influencia, y la cantidad de círculos sociales a los que puede acceder, le abren nuevas posibilidades de interacción, si es que claro, las utiliza para crear nuevos vínculos, pues si sólo crea enlaces con individuos como él, entonces esta capacidad de socialización se pierde, y su círculo de influencia queda limitado mientras es mediado por el algoritmo.

Aquí hago una mención más que me parece pertinente. En tenor de lo hasta aquí expuesto, la diferenciación de la que Simmel habla entre individuo y sociedad es inherente a la sociedad humana. No obstante, es un rasgo perenne del individuo el querer tener una individualidad, pues de este rasgo inclusive, como Mill alguna vez mencionó en su *Tratado Sobre la libertad*, los individuos pueden tener o generar ideas distintas a la mayoría y sería una desgracia silenciar tales opiniones y que más bien, como sociedad, deben abrirse las inteligencias a un nuevo posible enfoque de conocimiento o perspectiva. Un ejemplo bien conocido lo encontramos en la historia de la ciencia. Hasta el siglo XVI era aceptado sin discusión el modelo geocéntrico propuesto Ptolomeo siglos antes que Copérnico y Galileo argumentasen a favor del modelo heliocéntrico. No entraré en detalles sobre este ejemplo, pero lo que quiero decir al mencionar esto gira en torno a lo dicho en líneas previas. La opinión individual puede ser no sólo interesante o una mera curiosidad, sino que puede dar un nuevo rumbo a lo que socialmente puede ser aceptado sin vacilaciones, y esto es lo

importante y lo que menciona J. S. Mill, que las opiniones y pensamientos individuales no sólo forman parte del ser humano, sino que son importantes dentro de la sociedad misma.

4.3 La búsqueda del yo en el grupo.

Es interesante que las sociedades, al mismo tiempo que crecen y se complejizan, también van subdividiéndose en grupos en lugar de homogeneizarse por completo (Miguel et. al., 2005). La perspectiva sociológica, por ejemplo, actualmente ya no ofrece respuestas dicotómicas sobre si el individuo se determina a sí mismo y todo depende de sus características inherentes, o es la sociedad lo que lo determina por completo. Incluso se toman posturas nuevas que incluyen factores como los biológicos; ya sean los genes, las hormonas y la actividad cerebral que, en conjunto, determinarían en gran medida el comportamiento social del individuo dentro de la dinámica social, además de la búsqueda por ese apego que requiere naturalmente de grupos como la familia o los amigos (Oltra, 2011)

Por su parte, la psicología social (Rojas Arredondo et. al., 2009) se encuentra en una situación similar, aunque tampoco puede prescindir del elemento personal o individual para sus explicaciones, los comportamientos estudiados en los grupos y de la observación de colectivos y comunidades presentan ciertas regularidades que permiten obtener pautas de explicación que pueden descubrir y describir adecuadamente, y en forma objetiva, el comportamiento individual y colectivo. Claro que estas dos perspectivas, la sociológica y la psicología social, aportan mucho al análisis de redes sociales, pues en ambas la interacción, como en cualquier fenómeno social, se encuentra presente como parte del cambio que se observa dentro del acontecer, en este caso, político. Por supuesto, la interacción es especial y tiene ciertas peculiaridades dependiendo de las características de los individuos que se relacionan.

Como he mencionado, además, la interacción está en gran parte relacionada y condicionada por el contexto en donde se desarrolle (Homans, 1962; Breiger, 2000; Kadushin, 2013). Por ejemplo, desde la perspectiva de la psicología social, una

pluralidad de sujetos, por el hecho de estar juntos en un mismo espacio y al mismo tiempo pueden interactuar, pero no por ello son un grupo unido o cohesionado. En un caso hipotético: varios individuos pueden ser compañeros de la escuela o del trabajo, pero no por ello, más allá de las normas que imperen dentro de su contexto -que son las reglas del colegio o del lugar del trabajo- su interacción será unida o fraterna, aunque existan para todos estos individuos reglas en común. La psicología social propone una serie de características -o parámetros- para poder establecer que un grupo social es realmente un grupo cohesionado, y no sólo una colectividad de individuos que convergen aleatoria u obligadamente: la *identidad*, que destaca a un individuo frente a otros; el *poder*, que ejerce uno o algunos miembros del grupo respecto a los demás gracias a las relaciones de influencia que desarrollan; la *actividad*, es decir, lo que el grupo hace o define que quiere hacer para lograr un objetivo, son algunas de las características que elevan el nivel de interacción de una simple colectividad de individuos mediados por reglas que ellos no imponen a un grupo realmente cohesionado (Rojas Arredondo et. al., 2009). Y así como el individuo busca un grupo para identificarse y diferenciarse de la gran mayoría, así también cada grupo desea diferenciar su identidad frente a otros, por ello cada grupo busca, cambia o desarrolla ciertas particularidades, ya sea en su lugar de reunión donde buscan interactuar, o en su manera de actuar como grupo para expresarse -artística y también políticamente-, pues de esta forma los individuos que se identifican con ese grupo -o subgrafo dentro de la red- sabrán que lo característico asociado a su grupo particular también lo destacará entre los demás y lo influenciará a actuar de determinada forma, incluyendo qué ideología política creará es la que debe imperar para todos los demás fuera de su red de influencia y relaciones.

Las redes modernas son solamente una nueva extensión de esa situación, pues cada individuo, ahora a través de estas herramientas tecnológicas, busca y encuentra uno -o a veces varios, pero con pequeñas diferencias- grupos con el propósito de afirmar su situación y sus creencias frente a los demás, y así encontrar la seguridad sobre lo que cree.

V. CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN FINAL

Conclusión y reflexión final.

Al término de la segunda guerra mundial, en una de las ramas de la psicología, la psicología social, algunos psicólogos sociales como Stanley Milgram y Phillip Zimbardo realizaron dos de los experimentos más famosos que surgieron y se conocen de esa área de estudios. Milgram, por ejemplo, en su experimento, demostró que un individuo puede obedecer ciegamente a la autoridad, aunque ello signifique dañar a los demás. Por su parte, Phillip Zimbardo en su famoso experimento conocido como el “experimento de la cárcel de Stanford”, observó que los roles de autoridad entre personas, que en principio se autodenominaban “sanas” y “buenas”, llegaron a cambiar su conducta degenerando su personalidad y cometiendo actos en contra de los derechos y la dignidad humanas por los roles de autoridad que ejercieron durante el experimento. Dichos experimentos se llevaron a cabo con el propósito de averiguar las razones por las que los genocidios como los hechos por los nazis en contra del pueblo judío surgieron en una sociedad aparentemente civilizada como la alemana.

En ambos experimentos se trató de dar respuesta y conocer qué factores hacen actuar al individuo y porqué éste hace lo que hace visto individual y colectivamente. En este sentido, otro experimento interesante fue el llevado a cabo por el psicólogo social Solomon E. Asch en 1965 llamado “A minority of one against a unanimous majority” [Una minoría de uno contra una mayoría unánime]. En ese experimento, el objetivo del psicólogo fue demostrar la *influencia* que podría llegar a ejercer una *mayoría* unánime y aplastante contra de una *minoría*. Disfrazado como un ensayo visual, el experimento consistía en observar la presión social que una mayoría podía ejercer en un solo individuo. Resumiendo el procedimiento, el experimento consistió en mostrar una serie de líneas a grupos pequeños, de entre 7 a 9 integrantes.⁴¹ En la primera variación del experimento, de los grupos experimentales, todos los integrantes, a excepción de uno solo, conocían el objetivo del experimento. El individuo de cada grupo que no lo sabía fue denominado como “sujeto crítico” [o critical subjects para referirme a todos los sujetos críticos en cada grupo]. La tarea era

⁴¹ Aunque hubo variaciones en el experimento, en esta parte haré referencia únicamente a dos de estas variaciones.

simple: comparar una línea con una longitud estándar 'L' con otras tres líneas, de las cuales sólo una de ellas era de la misma longitud que la línea L, y decir cuál de esas líneas tenía la misma longitud que la línea estándar. Estando en presencia del grupo, cuando el experimentador preguntaba a cada individuo del grupo experimental cuál de las tres líneas presentadas tenía la misma longitud que la línea L, cada uno de los “cómplices” del experimentador respondía erróneamente y lo hacía de forma deliberada, mientras que el sujeto crítico -o experimental-, al mirar y escuchar a los demás que respondían equivocadamente a una pregunta sencilla en la prueba, el individuo cambiaba su respuesta a pesar de que conocía la respuesta correcta : “This individual heard the majority respond unanimously from time to time with estimates that clearly contradicted his own observation, and that departed from the true value”⁴² (Asch, 1956: 3).

Lo curioso del experimento es que, bajo condiciones controladas y fuera de la “presión del grupo” los sujetos críticos respondían correctamente el 99% de las veces cuando el experimentador los increpaba sobre el mismo “ejercicio visual” -esto en una entrevista post experimental-. Asch hacia la siguiente observación de su experimento:

“We placed a single individual, whom we will call the critical subject, in the position of a minority of one against a wrong and unanimous majority. Perhaps for the first time this person found a massed majority contradicting the clear evidence of his senses”⁴³ (Asch, 1956: 3)

Ese experimento es un ejemplo de la influencia que una mayoría puede ejercer sobre una minoría, y en la que cada individuo, como muestra el experimento, llega a cambiar sus actitudes, pensamientos y opiniones debido a la *presión social*, algo que Asch también atribuyó y llamó “conformidad” por parte del individuo, sugiriendo que la persona evitaría enfrentarse a una mayoría por simple comodidad además del miedo

⁴² El individuo escuchaba la respuesta de la mayoría unánimemente de vez en vez con estimaciones que claramente contradecían su propia observación, y que divergían del valor real [Traducción propia]

⁴³ Colocamos a un solo individuo, a quien llamamos el 'sujeto crítico' en la posición de una minoría de uno contra una mayoría unánime y equivocada. Quizás por vez primera éste individuo halló una mayoría reunida contradiciendo la clara evidencia de sus sentidos [Traducción propia].

al rechazo o alguna otra forma de castigo social. Esa conformidad forma parte de un gran abanico de fenómenos sociales que pueden presentarse, pues el individuo también busca la aceptación, la seguridad o la búsqueda de algún tipo de beneficio que no puede alcanzar solo. Eso lo hace cambiar de parecer ante esa mayoría, aún en contra de su propio juicio o de algo que puede ser demostrado de forma objetiva y sin recurrir a alguna interpretación o perspectiva política e ideológica.

Una de las conclusiones del experimento que Asch enfatiza es la *distorsión* y el *cambio* de la *opinión* o juicio que una “mayoría unánime” puede ejercer sobre una minoría -en el caso experimental, una minoría de uno-. Efecto el cual se corroboraba y notaba con mayor facilidad cuando se increpaba a los individuos fuera del grupo y en grupos de control, y los resultados en comparación con los grupos experimentales, es decir, los individuos llegaban a responder en formas distintas para no ir en oposición de la mayoría del grupo.⁴⁴ Los individuos variaron sus respuestas en función de las condiciones externas que los exponían o los resguardaban del juicio de los demás. Es curioso que “fuera” de la presión de la mayoría sus respuestas eran acertadas en un 99 a 100% y “dentro” del grupo se sometían y voluntariamente erraban a pesar de conocer la respuesta obvia y correcta.

Otra observación interesante realizada en el experimento de Asch trata sobre el nivel de precisión de los sujetos críticos, pues éste variaba en función de las respuestas que la mayoría hacía:

“The results also varied directly with the action of the majority. A moderately erroneous majority produced only moderate errors. When the majority was extremist, a significant proportion of the errors were compromise reactions.”⁴⁵ (Asch, 1956:24).

⁴⁴ En la página 11 del documento del experimento de Asch se muestra una pequeña gráfica en la cual se calcula el nivel de precisión de los sujetos críticos en diferentes situaciones -grupo de control y grupo experimental- en la cual se observa la variación en la precisión de las respuestas de la minoría enfrentada a la mayoría y los “fallos” deliberados. Hasta menos del 50% se llegó a un error voluntario.

⁴⁵ Los resultados también variaban directamente con la acción de la mayoría. Una mayoría moderadamente equivocada producía solamente errores moderados [en los sujetos críticos]. Cuando la mayoría fue extremista, una proporción significativa de los errores fueron *reacciones de compromiso* (las cursivas son mías) [Traducción propia].

Las observaciones que Asch realizó, es decir, esas *reacciones de compromiso* son una prueba contundente y muy interesante que demuestran que el individuo se “equivocará” deliberadamente aún en contra de lo que se cree o sobre algo que pueda ser correcto objetivamente, y esto en política es algo que se aprovecha sutil y efectivamente cuando se habla de partidos y de movimientos sociales con agendas políticas establecidas.

El trabajo de Asch es muy extenso como para abordarlo completamente aquí, pero tanto él como otros autores que reflexionaron sobre este experimento (Ross, Bierbrauer, Hoffman, 1976; Gavira et al, 1988) no se explicaron con toda seguridad cómo es que el sujeto, aún consciente de lo que percibe como bien o mal, correcto o incorrecto ya sea ideológica, moral, política u objetivamente, muchas veces no se atreve a externar su opinión, más aún, cuando se ve presionado por un grupo que es o parece ser mayoría. Más intrigante, no dilucidaron con total certeza la manera de actuar de un individuo durante la experimentación en la situación en que los demás miembros del grupo -la mayoría- constreñían o aplastaban la voluntad del individuo -minoría- para expresar su opinión.⁴⁶

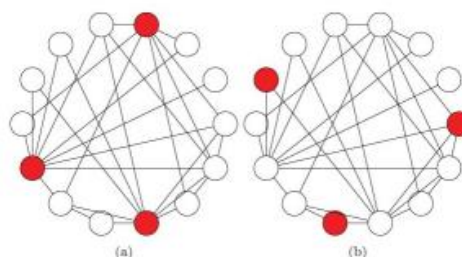
En este sentido, en otro experimento de los ya mencionados Gavira et al, que viene a ser una variación del experimento de Asch, se observó el proceso de dominación en el cual una minoría podía ejercer sobre una mayoría cierta influencia o autoridad -y viceversa- en la mitad de los grupos experimentales. También se observó que en los casos en los que una minoría numérica no convergía en la opinión de la mayoría, esta minoría -un solo individuo- se esforzaba más no sólo en imponer su juicio sino en convencer a los demás que hicieran lo que él en la tarea asignada (Gavira et al, 1988: 16). O en los casos en que el experimentador atribuía a una mayoría ser más “competentes” la conformidad de la minoría se evidenciaba de

⁴⁶ Al igual que en el experimento de Asch (1956), Ross, Bierbrauer y Hoffman (1976) observaron que la opinión de un sujeto variaba conforme a la mayoría, es decir, si la mayoría erraba en un ejercicio fácil y en el cual el sujeto conocía la respuesta de este, no obstante, “erraba” y si la mayoría acertaba y era objetivamente correcto de acuerdo con el ejercicio, y el individuo podía resolverlo también, entonces acertaba como los demás. Es importante decir que el individuo lograba expresar su opinión y disconformidad si las condiciones externas así lo permitían, es decir, si el individuo sabía que no habría castigo social de algún tipo, entonces era más fácil para él hablar.

manera automática. Sin embargo, y esto es destacable, en la mitad de los casos de los primeros experimentos realizados, la minoría impuso su punto de vista, aunque no necesariamente hacía que la mayoría confluyera pasivamente.

Aunque en dicho experimento los autores son reservados en cuanto a la causa por la cual la mayoría elige y destaca a los sujetos minoritarios, se menciona que esta elección por la minoría se debe a la posición que los sujetos minoritarios ocuparon en las pruebas durante la ejecución del procedimiento experimental, más aún, se trataría de un "... efecto de dominancia afectiva y conductual de la minoría" que no se debe tanto a la influencia que ejerce la minoría, pues ésta "parece tener ciertas ventajas sobre el resto de los individuos para establecer una relación de dominancia" (Gavira et al, 1988: 16). Aun así, al contrario que los autores de ese experimento, puede interpretarse como otra forma de manifestación de la influencia que una minoría puede ejercer a grupos con individuos poco seguros de sí mismos y de sus capacidades, ya que los investigadores del estudio citado observaron que la influencia minoritaria y la imposición de su punto de vista era más evidente cuando se les atribuía una mayor "competencia".

Pero ¿por qué cito esos estudios, especialmente el de Solomon Asch? Para explicar esto, debo retroceder y mencionar el ya citado trabajo de Lerman, Yian y Wu (2015) sobre la *ilusión de la mayoría*. En ese estudio se afirma que algunos individuos pueden quedar sobrerrepresentados ante una mayoría -real y numérica- dentro de una red. Hay que mirar la figura 8.



Fuente: Lerman, Yian y Wu (2015), the majority illusion in social networks.

Figura 8.

En la figura número 8 se muestran dos redes aparentemente idénticas, pero en situaciones distintas. En el grafo (a) -a la izquierda-, por ejemplo, los nodos en color rojo son los más activos, es decir, generan mayor cantidad de información y vínculos que los nodos inactivos -representados en color blanco- por lo que quedan sobrerrepresentados, creando esa “ilusión mayoritaria”. Con esto se observa que las personas, en un contexto político basado en la creación de vínculos en las redes por medio de la imagen y de un contenido simplista, en el que los algoritmos de la red maximizan la visibilidad de aquel que genera más información -o contenido- y éstos, a su vez, aprovecharán su posición para impactar, influir y, en un caso que sería más extremo, imponer su visión u opinión a una mayoría real. Para esa *mayoría real*, esa minoría que aparenta ser mayoría -la ilusoria- tiene el objetivo de imponerse, de convencer y persuadir de que, en cuestión política, lo que propone es “lo mejor para todos”, cuando en realidad podría ser lo mejor únicamente para esa minoría sobrerrepresentada, como muestra el grafo (a) del trabajo de Lerman, Yian y Wu. ¿Por qué entonces, si los nodos blancos son la mayoría efectiva y real, no imponen su voluntad, si el sistema de representación democrático se basa en la legitimidad de la voluntad de esa mayoría?

Cómo indiqué en el capítulo 2, para que un individuo pueda formarse una mejor opinión, éste tendría que estar colocado en una mejor posición que le permitiese acceder información completa y de diversas fuentes. En la realidad el hacer eso no es tan fácil; si los individuos de la red no acceden por alguna razón a información veraz y completa, sino al contrario, acceden a información sesgada e incompleta, como muestran Lerman et. al. (2015) la mayoría real puede ser convencida o influida por la mayoría ilusoria, a tal grado que la mayoría real puede aceptar lo propuesto por la minoría. Si este es el caso, tal y como se presentó en el experimento de Asch, si la mayoría se convenciera -cada uno individualmente- por los sesgos antes mencionados, de que se encuentra en una posición “minoritaria”, y dentro de ésta mayoría ningún individuo es capaz de cuestionar y expresar su opinión, tal y como en la situación de Asch, acabarían aceptando la opinión de una minoría, que los podría persuadir de aceptar, por ejemplo, reglas o leyes diferentes y nuevas; o

comportamientos que en realidad la mayoría no sigue naturalmente ya que son normas o comportamientos que son globalmente poco representativos.

En el caso del grafo (b) por ejemplo, los nodos en color blanco -los de baja actividad- tienen una visión y opinión distintas, y debido a los vínculos que guardan, observan que es su opinión la que impera en la red. Los nodos rojos, al contrario que en el grafo (a), también observan que su opinión es la minoritaria -no están sobrerrepresentados-. Así, en un sistema democrático, por simple regla aritmética, tendría que hacerse y legitimarse la opinión de los nodos color blanco. Por lo tanto, la recomendación para todos los individuos, más allá de la influencia de ciertos personajes o grupos con mayor representatividad dentro de una red social -aparte de las redes virtuales, pero con especial énfasis en éstas- es que cada quien pueda informarse a través de medios que sean diversos, con puntos de vista heterogéneos, pues de esa manera se pueden sortear los posibles sesgos informativos que puedan surgir de informarse y construir la percepción de la realidad de una sola fuente de información. Otra manera de poder conocer la verdadera opinión de los sujetos que pertenecen a ésta gran red humana llamada sociedad podría ser “salirse” y verla desde una posición externa, aunque esto es poco probable y muy difícil de realizar.

Si un político, un partido político o un “movimiento social” aparece en la arena política, especialmente en las redes sociales -el nuevo espacio público- es recomendable, como recomendación personal, y fundamental a partir de lo expuesto a lo largo de este trabajo, que el individuo dude de ellos, que siempre se tenga un punto de vista crítico, abierto y ecléctico, sobre todo cuando dichos personajes hablan en nombre de todos y mencionan que lo que hacen es “lo mejor para la sociedad”.

Para concluir este capítulo, abordaré dos lecturas que considero pertinentes para la presente investigación, pues en ambas son consideradas la sociedad y la asociación política, la democracia representativa como forma de gobierno para las mayorías y el individuo inmerso en todo este entramado sociopolítico.

Por un lado, se encuentra una lectura que desde hace tiempo me dejó pensativo sobre este tema. La democracia en América, de Alexis de Tocqueville. Este autor habla del poder de la organización social que hace frente al establecimiento e

imposición de poderes facticos, especialmente el que podría ejercer una minoría - oligárquica o tiránica-. En Tocqueville subyace la idea en que el individuo, sin el conjunto o grupo, no lograría ningún tipo de cambio en el poder político y social. El conjunto es importante, por ello es el interés general el que determina y el que importa verdaderamente; el que debe imponerse es el interés mayoritario para alcanzar eso que se llama “bienestar común”. Tocqueville destaca la igualdad y la libertad de asociación ya que, como parte de una democracia, es una manera de evitar la usurpación y la imposición de una minoría que no representa el *bienestar general*, a menos que sea respaldada y legitimada por la mayoría, como sucede en los sistemas democráticos representativos.

Lo que trato de decir al mencionar a Tocqueville, es que una minoría puede llegar a imponerse a una mayoría, incluso dentro de una democracia. Aunque la libertad de asociación es un camino que funge como contrapeso para que una minoría no tome demasiado poder para sí, la situación actual deja abierta la posibilidad de que un escenario en el que una minoría se imponga ocurra, pues el punto de vista u opinión de unos cuantos individuos y grupos pueden estar sobrerrepresentados ante los individuos que conforman la opinión pública de la mayoría real; pero que gracias a la teoría de grafos, un escenario como éste puede ser modelado y tomado a consideración; puede ser analizado como un nuevo fenómeno social y político que se está gestando en la actualidad por la mediación o intromisión de la tecnología en la vida política, no sólo mexicana, sino mundial, especialmente de las actuales redes sociales.

Líneas arriba mencioné el ejemplo de dos redes con sutiles pero importantes diferencias. En una red, el punto de vista de unos cuantos nodos, que conforman la minoría, quedaba sobrerrepresentada, es decir, por encima de la opinión mayoritaria real. Y este es el punto interesante que muestra la teoría, pues si la minoría se hace del poder político la idea de Tocqueville sobre la tiranía de la mayoría deja de tener sentido, pero seguiría hablándose de la tiranía de la opinión, tal y como la expresó John Stuart Mill, quien escribió la segunda obra que impactó en mi pensamiento, titulada “Sobre la libertad”.

La democracia, para que funcione, requiere de la participación de todos los ciudadanos. Un componente esencial de esta forma de gobierno es la libertad de elegir y pensar de manera individual qué es lo que cada uno considera lo mejor para sí mismo y lo que piensa que también sería bueno para los demás. En esto subyace una idea, aparentemente contradictoria, que relaciona el proceder y la acción del individuo que se ve enfrentado a la sociedad y ésta, al mismo tiempo, moldea al individuo; una dualidad inherente de la interacción social. Stuart Mill explica que es precisamente la libertad individual una forma de resistir o ser un contrapeso al poder del gobierno, por ende, la individualidad o la minoría debe existir para poder enfrentar a la posibilidad de una tiranía mayoritaria encarnada en el poder del Estado. Mill hace mención de esto porque teme que el pensamiento colectivo erradique o absorba toda manifestación de individualidad. Teme que deje de existir la capacidad y voluntad de elegir por sí mismo para quedar atrapados en una especie de mente colectiva, como si se viviera en una colonia de abejas u hormigas.

Stuart Mill menciona la “tiranía de la opinión” la cual es impuesta por la mayoría. Esta imposición constriñe a cada individuo hasta el punto de abandonar su privacidad y la libertad de cuestionar a esa mayoría. Por supuesto, como en el escenario que he propuesto a lo largo de este trabajo, esa minoría -o mayoría ilusoria- que se impone a través del Estado es, visto con la óptica que Mill, un obstáculo para la libertad individual y de pensamiento. Por ello es fundamental que el gobierno se encuentre limitado, es decir, que la clase dominante encarnada en la burocracia estatal no imponga su moralidad, pues ésta impone sus intereses a través del imperio de la ley. Una minoría que se impone a través de la opinión y de la legislación, socavando el pensamiento individual que se atreva a discrepar es el peor escenario posible. Lo que es esencial en Mill es la libertad para expresar el pensamiento y ser escuchado. Como mencioné anteriormente con el experimento de Asch, es necesario que el contexto en que el individuo se expresa sea el adecuado, pues de esa manera no existe miedo a la represión o linchamiento, y de esa manera se crea un diálogo que, como dice Mill, crea la más clara percepción de la verdad.

Al final la cuestión de la opinión es un aspecto falible dependiendo de la época. Las redes sociales se valen de la expresión del ser humano para que sigan funcionando y no pierdan su relevancia, pero a mi juicio serán, como mucha otra tecnología, obsoletas algún día, y con ello la ilusión de la mayoría perderá la relevancia que otorgo en este trabajo, pues la política que se encuentre mediada por la tecnología en un tiempo futuro cambiaría con la innovación en la técnica, pero la opinión será clave en los asuntos políticos y humanos sin importar la época, por ello es fundamental tanto la opinión pública como la individualidad, pues a partir de estos elementos se constituye la dialéctica del debate, un Estado y una forma de gobierno, algo que nunca será obsoleto mientras exista una civilización y una sociedad de hombres y mujeres.

Bibliografía:

- Asch, S. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70(9), 1-70. DOI: 10.1037/h0093718
- Breiger, R. L. (2000). Control social y redes sociales: un modelo a partir de George Simmel. *Política Y Sociedad*, 33, 57-72. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0000130057A>
- Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. México, Siglo XXI. Vol: II, El poder de la identidad, caps; I y VI; 27-90; 341-392.
- Castro, A., Hernández, Z., Riquelme, E., Ossa, C., Aedo, J., Da Costa, S., Páez, D. (2019). Nivel de sesgos cognitivos de representatividad y confirmación en estudiantes de Psicología de tres universidades del Bío-Bío. *Propósitos y Representaciones*, 7(2), 210-239. DOI: 10.20511/pyr2019.v7n2.245
- Contreras Padilla, S. O. (2019). Acción colectiva en red y percepción política de cibernautas en México. *Perspectivas de la comunicación*, 12(2), 89-126. DOI: 10.4067/S0718-48672019000200089
- Dunning, D., y Kruger, J. (1999). Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One's Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77 (6), 1121-1134. DOI: 10.1037//0022-3514.77.6.1121
- Easton, D. (1979). Esquema para el análisis político. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu editores.
- Fontess, B. A. S. M., y Andreu, F. (2015). La contribución de Simmel a la sociología reticular. *Estudios sociológicos*, 33(99), 527-551. Recuperado en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S2448-64422015000300527&lng=es&tlng=es
- Freeman, L.C. (2000). La centralidad en las redes sociales. *Clarificación conceptual. Política y Sociedad*, 33(n/d), 131-148.

- García Faroldi, L. (2006). Conocimiento y centralidad: el papel de los expertos en las redes de discusión política. *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 11 (7), n/d. Recuperado de: <http://revista-redes.rediris.es>
- Gavira, E., Solano, J., Carmona, M., y Fernández Dols, J. M. (1988). Dominancia minoritaria: dos experimentos exploratorios. *Revista de psicología social*, 3, 7-22.
- Gil Mendieta, J., y Schmidt, S. (1999). La red política en México: modelación y análisis por medio de teoría de gráficas. *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 1(7), n/d.
- Gómez Puerta, M., Bueno Vargas, M., Casero Martínez, A., Chiner, E., Fajardo Bravo, I., Melero-Pérez, P., Muñoz Martínez, M., Rodríguez Rodríguez, R., Salmerón González, L., y Gómez Martínez, A. (2019). Identificación de la presencia de sesgo cognitivo derivado del efecto de Dunning-Kruger en estudiantes universitarios. *Memorias del Programa de REDES-13CE de calidad, innovación e investigación en docencia universitaria. Convocatoria 2018-19*. Universidad de Alicante, n/d (01), 767-782.
- Granovetter, M.S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360 - 1380.
- Grima, C., (2018). *Que las matemáticas te acompañen*, España, Ariel.
- Hoffman, S., Bierbrauer, G., y Ross, L. (1982). El papel de los procesos de atribución en la conformidad y el disenso. *Estudios de psicología*, 3(10), 63-78. DOI: 10.1080 / 02109395.1982.10821307
- Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos*. Madrid. CIS.
- Lanza, L., y Fidel, N. (2011). Política 2.0 y la comunicación en tiempos modernos. *Centro de estudios en diseño y comunicación*, n/d (35), 53-63. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5279972>
- Lerman, K., Yan, X y Wu, X.Z. (2015). The majority illusion in social networks. *USC Information Sciences Institute*. Cornell University. DOI: 10.1371/journal.pone.0147617 - arXiv:1506.03022

- Maya-Jariego, I., y Holgado, D. (2017). 7 ejemplos de intervención basada en redes. *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 28(2), 145-163. DOI: 10.5565/rev/redes.734
- Molina, J.L. (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. España. Bellaterra.
- Navarro López, E.M. (2010). La naturaleza, las matemáticas, la ingeniería y el caos. *Revista chilena de ingeniería*, 18(1), 5-7.

Oltra, C. (2011). *La sociedad al desnudo. Una nueva invitación a la sociología*, Círculo rojo. Recuperado en: <http://hdl.handle.net/2445/26864>

- Ortega, F. (2003). Política y periodismo. Nuevo espacio público. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 46(187), 51-97. Recuperado en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/42396>
- Paniagua López, J.A. (2012). *Curso de análisis de redes sociales. Metodología y estudios de caso*. Granada, España. Universidad de Granada (eug).
- Pareja Sánchez, N., y Echeverría Victoria, M. (2014). La opinión pública en la era de la información. Propuesta teórico-metodológica para su análisis en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, n/d(17), 51-68. DOI:10.1016/s1870-7300(14)70899-3
- Requena, M., y De Revenga, D. (1999). Presentación: “Conducta social como intercambio”: anotaciones a un texto clásico de un autor poco clásico. *Reis*, (85), 279-296. DOI: 10.2307 / 40184107. [Homans, G.C.].
- Retegui, L. (2017). La construcción de la noticia desde el lugar de la emisión. Una revisión del Newsmaking. *Revista mexicana de la opinión pública*, 12(23), 103-121. Recuperado en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112017000200103&lng=es&tlng=es
- Rojas Arredondo, J. (2009). Definición de grupos. En P. Vivas i Elías, J. Rojas Arredondo, y M. E. Torras Virgili (Eds), *Dinámica de grupos. Módulo 1*. Cataluña, España. FUOC.

- Ross, L., Greene, D., y House, P. (1976). The “False Consensus Effect”: An Egocentric Bias in Social Perception and Attribution Processes. *Journall of experimental social psychology*, 13(3), 279-301. DOI:10.1016/0022-1031(77)90049-X
- San Miguel, M., Toral, R., Eguíluz, V. M. (2005). Redes complejas en la dinámica social. *INGURAK. Revista Vasca de Sociología y Ciencia Política*, (42)n/d, 127-146. Recuperado de: hdl.handle.net/10261/7500.
- Sartori, G., (2001). *Homo viernes. La sociedad teledirigida*. México. Taurus.
- Stuart Mill, J. (1979). *Sobre la libertad*. Barcelona, Orbis.
- Tocqueville, A. (1973). *La democracia en América*. México: Fondo de Cultura Económica. Vol I; segunda parte, caps. I-IV; 206-265.
- Vernik, E., (2015). Presentación a “Sobre la responsabilidad colectiva” en Georg Simmel. *Entramados y perspectivas*, 5(5), 223-227.
- Zamora Sáenz, I. (2018). Medios de información. Serie analítica #3. *Encuesta Nacional sobre el Senado de la República, 2018*. Ciudad de México: Instituto Belisario Domínguez del Senado de la República, 3, n/d.