ERNESTO CALVO

ANATOMÍA POLÍTICA DE TWITTER EN ARGENTINA

TUITEANDO *#NISMAN*

Ci Capital intelectual

Calvo, Ernesto
Anatomía política de Twitter en Argentina. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Capital Intelectual, 2015.
/// p.; 14x20 cm. (///////////////)
ISBN 978-987-////

1. ///
/////

Fecha de catalogación: /////2015

Diseño de tapa: Ariana Jenik
Diagramación: Daniela Coduto
Corrección: Brenda G, Decurnex
Coordinación: Inés Barba
Producción: Norberto Natale

© Ernesto Calvo, 2015
© Capital Intelectual, 2015

1ª edición • Impreso en Argentina

Capital Intelectual S.A.
Paraguay 1535 (1061) • Buenos Aires, Argentina
Teléfono: (+54 11) 4872-1300 • Telefax: (+54 11) 4872-1329
www.editorialcapin.com.ar • info@capin.com.ar

Pedidos en Argentina: pedidos@capin.com.ar
Pedidos desde el exterior: exterior@capin.com.ar

Queda hecho el depósito que prevé la Ley 11723. Impreso en Argentina.
Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida sin permiso escrito del editor.

Índice

Prefacio. Twitter, política y la cámara de eco 11

I. Tuiteando #Nisman: el primer tuit 19

II. Diablos vs. Demonios 45

III. ¡Diálogos tuiteros! 69

IV. *Trolls*, *fakes* y la guerra de trincheras de las redes sociales 87

V. Gobierno Android, oposición iPhone 107

VI. A modo de conclusión: tuiteando #EleccionesArgentina 119

Apéndice metodológico. Guía práctica para el análisis político en Twitter 123

Notas 139

Bibliografía 141

Para mi madre, Silvia Bleichmar

De ella heredé el placer de criar hijos y publicar libros.
De plantar árboles, nada.

Prefacio
Twitter, política y la cámara de eco

> "Uno nunca debe dejar que una crisis seria se desperdicie. Lo que quiero decir es que las crisis son una oportunidad para hacer cosas que uno pensaba que antes no eran posibles."
>
> Rahm Emanuel, ex jefe de gabinete de Barack Obama

Primero fue la Primavera Árabe, en diciembre del 2010. Le siguieron *#occupywallstreet* y *#BlackLivesMatter* en Estados Unidos, *#Ayotzinapa* en México, *#YoSoyNisman* y *#NiUnaMenos* en Argentina. Podríamos nombrar cientos de campañas similares en cada uno de los países del mundo. Campañas masivas o para un público *boutique*, algunas de ellas memorables y otras que nunca ganaron suficientes adeptos. En tan sólo unos años, las redes sociales se han transformado en la herramienta privilegiada para promocionar nuevas agendas políticas, coordinar actos de desobediencia civil, difundir nuevos descubrimientos científicos y movilizar la protesta social.

Quizá la política de todos los días sigue siendo la vieja política, pero el diálogo político ha mutado de modo irrevocable. Autoritarismos blandos y duros, democracias competitivas y no tan competitivas, políticos establecidos y aspirantes al trono, todos ellos han comenzado a aceptar que existe una nueva esfera pública desde la cual la ciudadanía opina descarnada y permanentemente. Un foro político, social y cultural que se

mantiene abierto las 24 horas del día, los 365 días del año. Un foro político irreverente que produce una cantidad de información inimaginable hasta hace tan sólo una década.

En los cinco segundos que se tarda en leer este párrafo, más de 30.000 comentarios serán publicados desde los distintos puntos del globo por usuarios de Twitter. En las próximas 24 horas, más de 500 millones de microblogs de 140 caracteres serán transmitidos a través de fibras ópticas y satélites que conectan a los 7 continentes. La marea de datos es tan abundante que con tan sólo mirar los números que suben y bajan nos es posible distinguir el momento en que comienza el ramadán en Irán o el entretiempo de una final de la copa del mundo en Argentina. El contenido es tan diverso que, con un poco de estadística, podemos vincular a la red social de los hinchas de San Lorenzo con la red de ejecutivos de Microsoft.

La capacidad para transmitir las preferencias de los usuarios de redes sociales del mundo, de modo rápido y sin filtro, está transformando la cultura política de las sociedades contemporáneas. Las redes sociales son hoy integrales al financiamiento de las campañas políticas, a la coordinación de militantes, a la movilización de los votantes, a la denuncia política y a la colaboración científica. Estas redes se han transformado en la vía más frecuente para diseminar información sobre la economía, el arte, la música y la política. Las estadísticas muestran que los jóvenes de hoy (la generación M) pasan más tiempo en Internet, conectados a las redes sociales, que mirando televisión. En efecto, la caja inteligente ha reemplazado a la caja boba, la cual responde a nuestros pedidos y comunica nuestras creencias de modo ininterrumpido.

A pesar de ser uno de los medios dominantes de transmisión de información de nuestra época, pocos usuarios saben

cómo funciona el motor que pone en movimiento a las redes sociales. Menos conocimiento aún hay sobre el modo en que Twitter, Facebook o Instagram deciden qué publicaciones llegan a nuestro *muro,* qué eventos están de moda (*trending*) o el modo en que distintos algoritmos deciden qué mensajes están dentro o fuera de nuestro alcance.

El caso *#Nisman*, analizado en este libro, nos otorga una ventana privilegiada al uso político de las redes sociales. En los diálogos tuiteros que se desarrollaron alrededor de la muerte de Alberto Nisman, podemos ver características generales de las redes sociales, que también definen a *#NiUnaMenos*, *#Ayotzinapa*, *#EleccionesArgentina* o *#VotoElectronico*.

Por ello, este libro no describe tan sólo el funcionamiento de las redes sociales del caso *#Nisman* sino que, más importante aún, ejemplifica el modo en que investigadores, políticos, militantes y ciudadanos, tanto en su vida cotidiana como en roles culturales, científicos o políticos, pueden tomar ventaja de la información que nos entregan las redes sociales. En efecto, el caso *#Nisman* es una crisis política de la cual podemos aprender. Una crisis que puede ser utilizada para decodificar el funcionamiento de las redes sociales en contextos de crisis política y conflicto social.

Como dice Rahm Emanuel, nunca hay que dejar que una crisis seria se desperdicie; esto es cierto en la competencia política y también en el trabajo académico. Al describir los mecanismos que explican la diseminación de información en las redes sociales, el caso *#Nisman* nos permite entender la forma en que políticos y ciudadanos interactúan en las redes sociales.

Finalmente, este libro es también una advertencia para aquellos lectores que entran al universo de las redes sociales sin entender sus sesgos y limitaciones. Estos lectores, aun cuando

no lo sepan, están condenados a leerse a ellos mismos, a escuchar sus propias voces y a atender a las mismas ideas con las cuales comulgan, una y mil veces. En efecto, las redes sociales son una cámara de eco, que permanentemente nos devuelve mensajes que son consistentes con nuestros prejuicios. Esos mismos prejuicios que informaron nuestros ideales al momento de registrarnos en las redes sociales. Este libro, a través del caso *#Nisman*, explica el origen de estas distorsiones, sus usos, sus costos. Un modo de entender cómo la información de cualquier crisis desarrolla rasgos que son similares entre sí conforme se difunden por las redes sociales.

La cámara de eco

El 9 de agosto del 2014, el adolescente Michael Brown fue asesinado de seis balazos en *#Ferguson*, Missouri, lo que dio inicio a semanas de movilizaciones y popularización del *hashtag #BlackLivesMatter*.[1] En las siguientes 24 horas aproximadamente diez millones de tuits circularon por las redes sociales en apoyo a la víctima, Michael Brown, o en defensa de su victimario, el policía Darren D. Wilson. En efecto, las revueltas de Ferguson son consideradas en Estados Unidos como el evento más importante de resistencia contra la violencia policial en casi 40 años. Estos eventos también describen la llegada a la madurez de las redes sociales como una herramienta de organización social, de lucha política y de investigación académica.

Si el 10 de agosto del 2014 un nuevo usuario de Twitter hubiese querido descifrar lo que dijeron las redes sociales sobre el caso *#Ferguson*, ¿cómo tendría que proceder? ¿Debería comenzar leyendo el primer tuit publicado el 9 de agosto y continuar

cronológicamente leyendo los 10 millones de tuits restantes? Esto sería equivalente a leer siete ediciones completas de la Enciclopedia Británica pero de mensajes exclusivamente referidos al caso *#Ferguson*. Esta sería una tarea tediosa y, muy probablemente, carente de sentido.

Sin embargo, aun cuando se escribieron más de 10 millones de tuits, cada uno de los usuarios de Twitter tuvo acceso en su "muro" virtual a una pequeña muestra de publicaciones. Más importante aún, cada usuario recibió un conjunto distinto de tuits, los cuales fueron seleccionados por "mayordomos electrónicos" cuyo objetivo fue el asegurar que la navegación en Twitter fuese lo más placentera posible. Al igual que en el caso *#Nisman*, los algoritmos de la compañía procesaron de modo inmediato miles de millones de piezas de información para seleccionar aquellos tuits que son más populares, aquellos que mejor deberían ajustarse a nuestras preferencias y aquellos que mejor describen nuestras creencias. El modo en que estos tuits fueron seleccionados da lugar a la "cámara de eco",[2] un espacio virtual donde la información que recibimos es un eco de nuestros propios prejuicios y de nuestras creencias sobre cómo funciona el mundo.

Imaginemos que entramos en una habitación y que en las paredes se proyectan los 10 millones de tuits relativos al caso *#Ferguson,* los cuales fueron publicados en las 24 horas que siguieron a la muerte de Michael Brown. Los 10 millones de tuits cubrirían la totalidad de las paredes, evitando que pudiésemos leer cualquier mensaje. Efectivamente, si todas las publicaciones fueran puestas a nuestra disposición, sería imposible usar Twitter, dado que estaríamos permanentemente leyendo información trivial, publicaciones que no nos interesan, comentarios que no fueron creados "para nosotros".

Para evitar la proliferación de información trivial en nuestros muros, una serie de algoritmos comienza a trabajar filtrando información, eliminando mensajes irrelevantes y resaltando publicaciones de nuestros amigos o publicaciones con muchos *fav*, para finalmente poner a nuestra disposición un número pequeño de tuits. Así funcionan todas las redes sociales. La única diferencia entre ellas está en el tipo de reglas que son usadas para separar la paja del trigo.

Aquellos que dijeron Macri, verán a Macri en sus futuros muros. Aquellos que escribieron Scioli, verán a Scioli multiplicarse y reproducirse en las redes sociales. Toda la información de aquellas publicaciones que nos gustan o que reenviamos sirve a su vez para educar a la cámara de eco, para mostrarle cuál es el tipo de publicaciones que queremos recibir y, en consecuencia, definir el tipo de redes sociales que leeremos hoy y en un futuro próximo. Por este motivo, las publicaciones a las cuales accedimos cuando comenzó la campaña *#NiUnaMenos* seguramente tienen el mismo origen y comunican mensajes consistentes con las publicaciones que recibimos respecto del caso *#Nisman*. Entender cómo evolucionó la red social del caso #Nisman, por tanto, es una forma de entender cómo se comportan las redes sociales en la Argentina hoy.

#TodasLasRedesSonNisman

Contrariamente a la imagen de una red social en constante cambio y que varía de acuerdo con el tópico de discusión, la gran mayoría de las redes son estables y perduran a lo largo del tiempo. Nuestros amigos en Facebook no cambian cada mes, como tampoco lo hace el conjunto de individuos a quienes seguimos en Twitter. Nuestros ideales, gustos y preferencias

mutan lentamente, así como lentamente mutan las redes sociales. Cambian las ironías, los comentarios, los contenidos, pero la estructura permanece, dado que en el fondo *#TodasLasRedesSonNisman*.

Puesto que la información que recibimos refleja nuestro mundo social y nuestras preferencias previas, los mensajes publicados en nuestro muro confirman nuestros prejuicios. Twitter, Facebook e Instagram, así como la gran mayoría de las redes sociales a las que accedemos, nos permiten vivir en un mundo en el cual todos somos mayoría.

En las páginas de este libro, los lectores no sólo verán reflejada la discusión social que acompañó la muerte del fiscal Alberto Nisman sino que también, a su vez, accederán a un mapa de las redes sociales en la Argentina. Redes que transmiten información de modo permanente y predecible, y que reflejan no sólo las peculiaridades de una crisis social sino, más importante aún, las peculiaridades del mundo de la vida en el cual estamos insertos cada uno de nosotros. Este libro, por tanto, explica por qué las redes sociales nos muestran un mundo en sintonía con nosotros mismos, un mundo en el cual la mayoría de las voces se parecen a las nuestras.

I. Tuiteando *#Nisman*: el primer tuit

"Me acaban de informar sobre un incidente en la casa del Fiscal Alberto Nisman"

@damianpachter, 11:35 PM, 18 de enero, 2015.
Primer tuit que reportó la muerte de Alberto Nisman.

El primer tuit fue tan sólo un alerta, una señal de alarma. El primero de los aproximadamente cuatro millones y medio de tuits que en los cuarenta días subsiguientes incluirían la palabra *#Nisman*. El mensaje, sin duda críptico, sería retuiteado por 511 personas y marcado como *favorite* (o *fav*) por otras 465. Al igual que la opción "me gusta" en Facebook o en Instagram, el concepto de "*favorite*" es de difícil interpretación cuando el evento anunciado es una tragedia.

Cuarenta y tres minutos más tarde llegaría el segundo tuit: "Encontraron al fiscal Alberto Nisman en el baño de su casa de Puerto Madero sobre un charco de sangre. No respiraba. Los médicos están allí" (@damianpachter, 12:08 AM, 19 de enero, 2015). El anuncio de la muerte de Alberto Nisman sería retuiteado por 1.471 personas y, nuevamente, marcado como *fav* por 714. ¿Cuál era el sentido de estos *fav*? ¿Estarían agradeciendo la información? ¿Celebrando lo que anticipaban un chiste? ¿Dándole unas palmadas a Damián Pachter en la espalda en señal de amistad o deferencia?

Las primeras respuestas reflejaron incredulidad, la confusión de los trascendidos que circularon digitalmente entre celulares y computadoras: "es una joda?", "????????????!!!!!!!!! !!!!!!!!!!!!!!!!!! confirmar!", "fuente?", "Mal gusto Damián, no

da…", "Damián, sabés a lo que te exponés si esto es una joda de mal gusto, no?", "siendo que en tu cuenta te presentás como periodista, si es una joda sos un grandísimo pelotudo".

Este sería el comienzo del caso *#Nisman*, el fenómeno mediático que acompañaría el proceso político y la investigación de la muerte del fiscal Alberto Nisman durante los siguientes meses. De este evento mediático participarían más de 700.000 cuentas de Twitter, presumiblemente individuos, construyendo un sinnúmero de narrativas para explicar las causas del crimen, su ejecución, sus coordenadas geográficas; atribuyendo responsabilidades a una multiplicidad de actores que incluyeron al gobierno, al *espía* Stiuso, al *informático* Lagomarsino, al secretario Berni, a los servicios de inteligencia locales, a Irán, a Israel y a Estados Unidos, para nombrar tan sólo a los más citados.

El tuit de Damián Pachter, por supuesto, no fue el primero en incluir la palabra *#Nisman*. Era sí el primer tuit reportando sobre la muerte de Alberto Nisman. Este tuit es también el punto de partida de este libro, el cual explica la transmisión de mensajes políticos en las redes sociales, es decir, cómo se construyen narrativas colectivas, autoridades y comunidades, en el proceso de transmisión de información a través de redes sociales. Al analizar las narrativas sociales que se desarrollaron alrededor de la muerte de Alberto Nisman, este libro devela la política de comunicación detrás de la polarización en las redes sociales, los discursos que distinguen a los enemigos de aquellos que forjan consensos y que, en última instancia, atribuyen responsabilidad política a distintos actores e instituciones de la democracia argentina.

Nisman vs. #Nisman

Este libro no es un análisis de la muerte de Alberto Nisman sino un estudio sobre el caso *#Nisman*. La diferencia no es sutil. Alberto Nisman fue un fiscal argentino que durante 10 años estuvo a cargo del caso AMIA y murió de modo violento en algún momento previo a las 23:35 del domingo 18 de enero de 2015. Por otro lado, *#Nisman* es un fenómeno social que organizó comunidades de información interesadas en construir narrativas políticas luego de la muerte de Nisman. En las próximas páginas, esta diferencia se hace explícita mostrando cómo las comunidades de interés que tuitean y retuitean el caso *#Nisman* están íntimamente conectadas a comunidades políticas consolidadas, a partidos políticos y sus votantes, a periodistas reconocidos, a medios masivos de comunicación, a operadores políticos y a blogueros profesionales. Estas comunidades dominan el contenido de la información que circula por Twitter.

Aun cuando la mayoría de la gente considera a la tuitósfera como un espacio que expresa ideas difusas o poco formadas, que circulan atomizada y libremente por Internet, esta imagen dista mucho de la realidad. Como mostraremos en este libro, la información política en Twitter está extraordinariamente concentrada en un número relativamente pequeño de usuarios, cuyos mensajes son retuiteados masivamente.[1] Al describir la transmisión de mensajes políticos en las redes sociales, este libro pone de relieve las características importantes que definen a este medio de comunicación.

En el espacio virtual, no todos los tuits son iguales. Algunos de ellos resuenan como el grito de un coro en un anfiteatro transmitiendo la información de miles de individuos organizados en instituciones y comunidades políticas. Mientras tanto,

otros son inaudibles, prestos a perderse en los servidores de Twitter sin ser leídos ni percibidos por individuo alguno. Esta segunda ruta, la indiferencia, es el resultado más común de los millones de tuits que cada día son generados por los ciudadanos argentinos. Mientras tanto, un número menor gana tracción, son los *fav*, aquellos que son retuiteados, comentados y dominan en la tuitósfera. ¿Qué es lo que vuelve a estos tuits populares? Pocas veces es su contenido. Más a menudo, su origen político y su adscripción a una red estable de relaciones sociales. Dicho origen conecta la información diseminada por Internet con actores e instituciones que son viejos conocidos de los votantes argentinos y, muy posiblemente, de los lectores de este libro. En el caso *#Nisman*, cerca de la mitad de los retuits que circularon por Internet reenviaron información creada por alrededor de un 1% de los usuarios. Este es el "otro 1%", el que concentra capital político en lugar de capital económico, los mayoristas de la información, los capitanes de la tuitósfera que son escuchados por el resto de los usuarios en Internet.

En el espacio virtual dominan los actores institucionales. Los partidos políticos, los periodistas, los funcionarios, las agencias de gobierno, los gobernadores, los intendentes; todos ellos tratan de construir narrativas que maximicen sus propios objetivos políticos. Tan sólo algunos blogueros y operadores profesionales (*trolls*, *bots*, *fakes*) alteran la lógica institucional de la transmisión de información. Si bien las redes sociales democratizan el acceso y la difusión de información, las voces que son reconocidas por el público no son muchas. Lo que dice el ministro Aníbal Fernández es incomparablemente más visible que lo que dice Adriana, Pablito o Lucas Fernández. Ello se debe a que detrás de Aníbal Fernández hay un partido político con miles de militantes, instituciones de gobierno y un

conjunto de relaciones políticas, sociales y económicas que no tienen a su disposición Adriana, Pablito o Lucas. Las asimetrías de poder en la política argentina se reconstruyen en las redes sociales, ya sea para dar visibilidad a Sergio Massa, a Mauricio Macri o a Daniel Scioli con vistas a la campaña electoral, o para celebrar el arribo de Justin Bieber o Leo Messi en Ezeiza. Por tanto, si bien todos los tuits tienen como máximo 140 caracteres, sólo algunos de ellos son relevantes, sólo algunos de ellos son difundidos por las redes sociales, sólo algunos de ellos son mencionados por la prensa nacional e internacional.

En el espacio virtual #Nisman no es Nisman. Sólo el primero existe como discurso, como mercancía y como botín político. El primer *#Nisman* es una construcción retórica al servicio de la política, al igual que sus variantes *#YoSoyNisman* y *#NoSoyNisman*. Como este libro se ocupará de demostrar, estos discursos no son generados ni se distribuyen aleatoriamente entre la población sino que siguen fallas tectónicas que dividen a las identidades ciudadanas de la política argentina, a sus partidos y a sus medios de comunicación. Por ello, el caso *#Nisman* no refiere a la acusación de crímenes pasados sino a la construcción de capital político de cara al futuro. Como mostraremos más adelante, existe un amplio capital político en la apropiación de una narrativa sobre el caso *#Nisman*. Este libro explora la construcción de dicha narrativa, así como las figuras públicas y los usuarios que se ocupan de difundirla.

El suicida, el suicidado, el asesinado

Es tarea de la justicia el definir –si puede hacerlo– las condiciones, los medios y los motivos que explican la muerte de Alberto Nisman. Este libro comienza de un modo agnóstico aceptando

que hay tres narrativas en competencia para describir al suicida, al suicidado o al asesinado *#Nisman*. No analizamos aquí la muerte de Nisman sino la política generada a raíz de su muerte. Es decir, las narrativas que galvanizaron a distintos grupos sociales y que los agruparon en comunidades de interés y comunidades de información. En la jerga política cotidiana esto se conoce como *polarización*.

En un artículo reciente sobre la polarización en Argentina, María Victoria Murillo reportaba: "Las encuestas muestran que la proporción de ciudadanos que creen que el fiscal se suicidó es tres veces más alta entre aquellos que aprueban la gestión de Cristina Fernández de Kirchner" (Murillo, 2015). Claramente, la información a la cual tienen acceso aquellos que apoyan a Cristina Fernández no es sustantivamente distinta a la información a la que tienen acceso quienes se oponen a su gobierno. Las diferentes narrativas sobre la muerte del fiscal, por tanto, reflejan distintas vías de acceso a la información, distintas formas de interpretar los datos, así como distintas atribuciones de responsabilidad que conectan hechos y discursos. En ciencia política, el estudio de las diferentes formas de procesar información que tienen distintos grupos de votantes da origen a un fértil campo de investigación llamado "efectos de información". Este campo se dedica a analizar el modo en que distintos individuos y grupos procesan los datos disponibles para generar distintas posiciones políticas. Aquí mostramos algunos resultados que se derivan de este campo de investigación aplicados al estudio de la política argentina, tal y como es transmitida por las redes sociales.

En el espacio virtual, los individuos que piensan igual retuitean juntos. Los usuarios de Twitter forman geografías discursivas, que podemos dibujar mediante algoritmos de

visualización y estadísticas de redes. Las palabras "suicidio", "asesinato", "Berni" y "Rafecas" tienen en estos mapas discursivos una distinta ubicación. Cada una de estas palabras ocurre con distinta probabilidad entre comunidades que apoyan al gobierno o que comulgan con la oposición, y así se diseminan distintas narrativas en diferentes geografías de las redes sociales. Aquellas comunidades de interés que consistentemente describen al suicida *#Nisman* se posicionan cerca de Cristina Fernández, de sus funcionarios de gobierno y de su partido, el FPV (Frente para la Victoria). Aquellas comunidades de interés que describen al asesinado *#Nisman* se posicionan cerca de actores claves en la oposición, como Sergio Massa, Mauricio Macri, Lilita Carrió o Ernesto Sanz.

En años recientes se ha desarrollado un conjunto de nuevas áreas de investigación que se denominan "geografías alternativas". Los mapas de videojuegos como Minecraft, Call of Duty o Assassin's Creed son ahora una fuente de investigación académica, con geografías que tienen sus propias reglas de construcción matemática, teórica y simbólica. Los mapas de los videojuegos por los cuales se desplazan los adolescentes –y algunos de nosotros los adultos–son complejos diseños estadísticos para generar geografías virtuales.

Este libro reconstruye otra de estas geografías alternativas, aquella formada por grupos políticos y sociales que producen distintas narrativas sobre el caso *#Nisman*. Utilizando las herramientas estadísticas del análisis de redes, medimos las distancias simbólicas entre los distintos actores, así como los lazos que conectan a los tuiteros con los partidos políticos, con los diarios, con los medios audiovisuales y con una variedad de individuos reales y virtuales que tienen influencia económica, política y social.

En el espacio virtual, los individuos que retuitean juntos reciben información similar. En efecto, uno de los principales problemas de las tecnologías creadas para maximizar el uso de las redes sociales es que "ofrecen" información que es consistente con los gustos de los usuarios. A aquellos usuarios que marcan como *fav* una nota de Clarín, Twitter les ofrece una nota de La Nación. A aquellos usuarios que marcan como *fav* un chiste de Aníbal Fernández, Twitter les ofrece un comentario de Víctor Hugo Morales. En efecto, Twitter tiene debajo del *capot* un algoritmo que calcula resultados muy similares a los que voy a presentar en este libro. Es decir, utiliza la información sobre los *fav* y los retuits para computar un perfil de cada usuario, asignarle un *score* y estimar publicaciones similares que pueden también ser de su gusto. El objetivo de Twitter es mejorar la experiencia de navegación para quienes usan su servicio. Sin embargo, el resultado es un mecanismo de distribución de información que esta segregado espacialmente por comunidades y que refuerza las identidades originarias (Barberá, 2015).

En la literatura de ciencia política, una nueva línea de investigación para explicar la polarización en Estados Unidos analiza el modo en que los votantes eligen mudarse a zonas geográficas en las cuales viven personas con las que tienen afinidad política (Fiorina y Abrams, 2008). Este mecanismo se denomina *sorting* (selección o clasificación) y, al igual que el sombrero en *Harry Potter*, no sólo agrupa comunidades con individuos que piensan igual sino que a su vez los educa, los informa y los coordina para que actúen igual. En Estados Unidos, un número importante de análisis han mostrado que este mecanismo de segregación territorial explica la conformación de distritos sólidamente republicanos o demócratas, lo que facilita la elección de políticos cuyos competidores más importantes

pertenecen a la propia comunidad (McCarty, Poole y Rosenthal, 2009). Tal como ocurre con la segregación territorial, la segregación informativa en Twitter facilita la polarización, en la medida en que satura a los usuarios con información que es políticamente consistente con sus creencias previas.

La segregación informativa y la polarización

Como mostraremos en este libro, distintas geografías de Twitter están definidas por sus propios grupos de usuarios. Cuanto mayor es el número de conexiones en el interior de las comunidades, mayor es la segregación de las distintas narrativas a las cuales son expuestos sus miembros. Quienes viven en los barrios de la oposición reciben un número desproporcionado de tuits generados por opositores. Quienes viven en los barrios del gobierno reciben un número desproporcionado de tuits afines al gobierno. Cada usuario vive en un barrio que está políticamente segregado, o por lo menos mucho más segregado que el de sus vidas no virtuales. En cada una de estas zonas, las ideas que cada uno de nosotros tiene sobre el mundo que nos rodea van filtrando el contenido al cual podemos acceder y generando narrativas que son localmente mayoritarias. Cada *fav* y cada retuiteo refuerzan los límites de las distintas comunidades de usuarios y condicionan la información a la cual accedemos.

Desde el punto de vista de la compañía Twitter, el incremento en *fav* y retuits confirma la validez de los algoritmos que recomiendan a quien seguir, qué tuit mirar o cuáles son los temas que están marcando tendencia (*trending*). Desde el punto de vista de la compañía, un usuario que marca como *fav* y retuitea es un usuario feliz. Mientras tanto, la endogamia en las comunidades tuiteras reduce la diversidad genética de

la red social y genera ideas políticas con "cola de chancho". En distintas regiones de la geografía de Twitter, los mensajes que recibe cada uno de nosotros son consistentes con las ideas que nos gustaron en el pasado. Estas ideas son similares a las que tiene el "resto del mundo" que me rodea. Aquí, ahora, en este lugar de la geografía de Twitter, todos somos mayoría.

Cada usuario ve montañas de evidencia que apoyan sus propios prejuicios políticos, así como también montañas de evidencia que desmontan las "mentiras" de las otras comunidades. Mientras tanto, los mensajes inconsistentes con nuestros propios prejuicios llegan con cuentagotas, aislados e incoherentes, para ser prontamente descartados y relegados a sus marginales y pequeñas comunidades.

"¿Cómo es posible –nos preguntamos desde nuestro propio barrio en Twitter– que el usuario *@fulanodetal* no se dé cuenta de lo errado que está?" Esto es lo que ocurre cuando la evidencia es localmente masiva. Las posiciones que surgen desde otras regiones de Twitter son desconcertantes. Quienes apoyan al gobierno *saben con certeza* que sólo un cínico puede creer que la acusación contra la presidenta haya sido escrita por un abogado, mucho menos uno con tanta experiencia como era el fiscal Nisman. Quienes viven en los barrios de la oposición *saben con certeza* que la evidencia del crimen es indiscutible y que la conspiración con Irán está más que probada. Lo que sabe uno y lo que sabe otro es localmente mayoritario y, por tanto, es confirmado por todos aquellos que lo rodean.

Sin duda, hay cínicos y oportunistas, tanto en el gobierno como en la oposición. De algunos de ellos también hablaremos en este libro. Existe un sinnúmero de operaciones políticas cuyo interés deliberado es generar hechos políticos sobre los cuales actuar. Pero la polarización sobrevive porque grupos

extensos de votantes creen en las distintas narrativas que construyen sus redes virtuales. Por tanto, la pregunta fundamental que un estudio sobre la polarización debe responder no es por qué hay *fakes*, oportunistas políticos y operadores dispuestos a manipular la opinión pública. La pregunta es cuál es el motivo por el cual una gran masa de votantes acepta y toma como propio lo que los formadores de opinión dicen, independientemente de si la narrativa fue creada por convicción o con el fin de obtener réditos políticos. La respuesta es simple: en Twitter, la gran mayoría de los que me rodean están de acuerdo con lo que yo pienso.

De Argentina al mundo

Existen pocas dudas de que la muerte de Alberto Nisman es una tragedia personal y un evento político de importancia nacional e internacional. Dicha importancia está íntimamente vinculada con la evolución de la investigación en la causa del atentado AMIA (Asociación Mutual Israelita Argentina), que resultó en el asesinato de 85 personas. Sus consecuencias políticas fueron magnificadas por la denuncia de abuso de autoridad y violación de los deberes de funcionario público contra la presidenta Cristina Fernández y otros, ingresada en el juzgado de Ariel O. Lijo el 14 de enero de 2015, que era objeto de significativo debate político en los días previos a la muerte del fiscal. En el año electoral más competitivo del nuevo siglo, existen pocas dudas de que la justicia se transformó en la continuación de la política por otros medios. Denuncias y acusaciones cruzadas entre el gobierno y la oposición levantaron el velo de secreto que ocultaba divisiones dentro del sistema

judicial. Jueces, fiscales, abogados defensores, querellantes y querellados fueron atrapados por la marea informativa y transformados en actores remisos de la campaña electoral.

Por primera vez desde la transición democrática, los miembros del poder judicial se transformaron no sólo en sujetos políticos –lo cual siempre han sido– sino también en actores electorales. Distintos grupos de fiscales se lanzaron o fueron lanzados al ruedo electoral, dependiendo de la narrativa, organizando y participando en marchas opositoras. Los jueces ligados al caso fueron capturados por el conflicto entre el gobierno y la oposición, lo que transformó las demandas genéricas de justicia en demandas políticas sobre quienes imparten la justicia. El caso *#Nisman*, con toda su virulencia, hizo visibles las tensiones entre el gobierno y la justicia, que crecieron exponencialmente luego de la creación del Consejo de la Magistratura. El resultado fue la contraposición de *justicia legítima* vs. *justicia independiente*, que fueron publicitadas por la narrativa oficial y por la opositora respectivamente. El caso *#Nisman*, por tanto, construyó narrativas políticas pero también judiciales, las cuales atravesaron los tres poderes de la democracia. Estas narrativas fueron centrales en el discurso de la presidenta al dar inicio a las últimas sesiones del Congreso. También fueron centrales en el balance anual del presidente de la Suprema Corte, Ricardo Luis Lorenzetti, quien respondió directamente a la narrativa presidencial.

Cuatro millones y medio de tuits sobre *#Nisman* en cuarenta días dan cuenta también de la importancia política de este caso a nivel internacional, el cual fue reportado ampliamente por los principales diarios del mundo, además de dominar los medios locales durante meses. En efecto, la muerte de Alberto Nisman ocurrió no sólo cuatro días después de denunciar

por conspiración a la presidenta Cristina Fernández, un día antes de tener que presentarse a declarar en el Congreso de la Nación y al inicio de un año electoral altamente competitivo, sino que también resonó internacionalmente en el marco de las negociaciones nucleares entre Estados Unidos e Irán, las cuales enfrentaban a demócratas y republicanos en el Congreso de Estados Unidos, y a las administraciones de Barack Obama y Benjamin Netanyahu.

Mientras en Argentina la oposición denunciaba por encubrimiento al gobierno de Cristina Fernández, los republicanos denunciaban las negociaciones entre la administración de Barack Obama y el gobierno de Irán, rompían protocolo legislativo e invitaban a Bibi Netanyahu a pronunciarse al respecto en el Congreso norteamericano. En el contexto de las negociaciones entre Irán y Estados Unidos, la muerte de Alberto Nisman fue ampliamente reportada por *The New York Times*, *The Washington Post* y *Chicago Tribune*, así como fue tema de presentaciones en distintas comisiones del Congreso de Estados Unidos. Vale la pena decirlo claramente: en enero de 2015, la política internacional hizo temporada en Argentina.

Tuitear, hablar, callar

Entre el 1º y el 18 de enero de 2015, el gobernador y candidato a la presidencia Daniel Scioli publicó un total de 49 tuits, mientras que Mauricio Macri publicó tan sólo 3 tuits. Luego de la muerte de Alberto Nisman, entre el 18 de enero y el 31 de enero, Daniel Scioli público tan sólo 11 tuits mientras que Mauricio Macri publicó 19 tuits. Más aún, mientras que 17 de los 19 tuits publicados por Macri refirieron a *#Nisman*, tan sólo un tuit de Daniel Scioli hizo alusión al caso del fiscal.

Entre el 18 y el 31 de enero, el gobernador Scioli publicó un sólo tuit relativo a *#Nisman*, con un link a una entrevista en la cual detallaba su posición:

Un viejo adagio de las campañas electorales dice que el candidato que va adelante en las encuestas no debate. Asimismo, la literatura sobre efectos de información muestra que para mejorar el rendimiento electoral los candidatos tienen que hablar de aquellos temas en los cuales tienen una ventaja clara ante sus oponentes (Petrocik, 1996).[2] Florencio Randazzo tiene que hablar de trenes, Lilita Carrió de corrupción, Mauricio Macri tiene que hablar como "un vecino más" de la Ciudad de Buenos Aires. En la literatura política, esto quiere decir que los políticos nunca deberían hablar entre ellos (*with each other*) sino que sólo deberían hablar de distintos temas (*past each other*). Sin embargo, algunos temas están tan presentes entre los votantes que es imposible pronunciarse públicamente sin aludir a ellos. En esos casos, los políticos tienen dos opciones: pueden buscar *clarificar* su posición para tratar de apropiarse del tema o pueden permanecer callados para reducir la visibilidad de los temas que no los favorecen. Daniel Scioli, con su escueto tuit, hizo ambas cosas.

En las semanas que siguieron a la muerte del fiscal Nisman, el diálogo en Twitter reflejó estos distintos incentivos para hablar

o para callar. En los días posteriores al 18 de enero, el caso *#Nisman* estuvo dominado por tuits opositores que acusaron al gobierno de ser directa o indirectamente responsable por la muerte del fiscal. Este aumento en el nivel de actividad mediática de actores opositores estuvo acompañado por una caída dramática en el nivel de actividad de los funcionarios del gobierno nacional, quienes minimizaron los costos políticos del caso con su silencio. Florencio Randazzo, por ejemplo, mantuvo silencio tuitósfero entre el 17 de enero y el 30 de enero, Sergio Urribarri sólo se dedicó a retuitear los mensajes de la presidenta durante una semana. Mientras tanto, Margarita Stolbizer, Hermes Binner, Sergio Massa y Mauricio Macri incrementaron dramáticamente su nivel de actividad. En la puerta de la Casa Rosada, sólo Aníbal Fernández mantuvo su lanza mediática afilada apuntando a la oposición.

Pasada la tormenta, los actores políticos más cercanos al gobierno incrementaron su actividad y pasaron a construir activamente una narrativa sobre el tema. El enfrentamiento entre dos construcciones simbólicas del caso *#Nisman* tomaría forma definitiva a partir de los esfuerzos de movilización de la oposición del 18 de febrero y de la resolución del juez Daniel Rafecas de desestimar la denuncia de Nisman. A partir del 18 de febrero, el discurso opositor de una conspiración para cometer el crimen perdió su hegemonía tuitera y pasó a confrontar una narrativa gubernamental que públicamente denunció un intento de desestabilización política.

Un tuit, dos tuits, mil tuits

Hasta no hace mucho tiempo, los políticos tenían secretarios de prensa que, a través de sus redes periodísticas, se ocupaban

de organizar conferencias para comentar sobre eventos importantes, anunciar alianzas, denunciar posiciones de sus contrincantes o iniciar una campaña electoral, para mencionar algunas de las muchas actividades que requieren ser publicitadas. Hoy, el trabajo de los secretarios de prensa incluye un número de actividades considerablemente más amplio. A través de las redes sociales, el flujo de información es constante, así como también lo es la exposición mediática.

Con estas nuevas formas de exposición mediática hemos visto el arribo de nuevas formas de agresión hacia la política, hacia los políticos y desde ellos. Posiblemente algunos lectores recordarán la imagen de George W. Bush agachándose detrás del podio para esquivar el zapato arrojado por el Muntadhar al-Zaidi en Bagdad, el 14 de diciembre del 2008. Lanzar dicho zapato fue una forma de rechazo al gobierno de Bush cargada de simbolismo. En efecto, en Irak, lanzar un zapato es una forma de ejercer la crítica que rebaja al contrincante. A los perros de la calle se les arroja un zapato. En su acto, al-Zaidi no sólo ejercía la crítica mediante un acto de agresión sino que a su vez mandaba un mensaje: "Bush, sos un perro".

Las formas de agresión en la vida pública también tienen su correlato en el espacio desregulado que caracteriza a las redes sociales. Twitter es un medio de comunicación que es particularmente adepto al conflicto y a la agresión política, en la medida en que busca maximizar el impacto de argumentos que son transmitidos por autores, a menudo anónimos, en un espacio extraordinariamente limitado.

Escribir un argumento consistente y que tenga impacto político en 140 caracteres o menos no es una tarea sencilla. En efecto, escribir un párrafo en Twitter es fácil, escribir un párrafo memorable no lo es. Quizá la anécdota más famosa sobre

las formas breves de la narrativa es el supuesto desafío a Ernest Hemingway por parte de algunos colegas, quienes según se dice lo intimaron a escribir un cuento breve utilizando tan sólo seis palabras. Como respuesta, Ernest Hemingway escribió:

"En venta: zapatos [de] bebé, nunca usados."[3]

No hay duda de que la efectividad de este cuento reside en la capacidad del lector de llenar los espacios vacíos y reconstruir lo que a primera vista parece una tragedia. Al decir "nunca usados", el escritor le da a su historia el tono melancólico de quien lamenta una pérdida y lleva al lector a que reconstruya lo que se insinúa como una tragedia. La interpretación sería considerablemente distinta si el autor hubiera escrito: "En venta: zapatos nuevos para bebé". En efecto, sin lamento no hay pérdida y sin pérdida no hay historia. El primer cuento es una tragedia; el segundo, una transacción comercial.

Al igual que en aquel cuento breve que se atribuye a Hemingway, los tuits maximizan su impacto cuando transmiten párrafos memorables. Como en la publicidad, estos tuits utilizan la agresión, el humor, el sarcasmo.

Estos tuits a menudo son publicados buscando la complicidad antes que la aprobación, editando tanto las acciones políticas como sus interpretaciones. Como en el cuento, la toma de

posición política en 140 caracteres requiere que el lector llene los espacios en blanco, asocie, asuma, lo que en definitiva forma comunidades que no sólo comparten posiciones sino también un mundo de sobreentendidos, guiños y señales. Por ejemplo, al pedido de prudencia para que el caso sea investigado, el tuitero anónimo Malcom Gomez le da una interpretación radicalmente distinta cambiando "justicia" por "servicios". En efecto, las limitaciones de espacio en Twitter han sido hechas a medida del conflicto, del sarcasmo, de la agresión. En una palabra, Twitter fue creado para darle nueva vida a la chicana política.

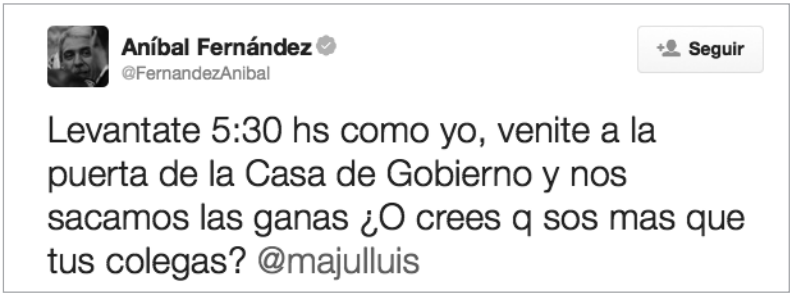
Cuatro millones y medio de tuits: datos vs. metadatos

Estudiar las formas de comunicación política en las redes sociales no es una tarea que se pueda realizar con un resaltador amarillo, cinta Scotch y algo de tiempo libre. En efecto, la cantidad de tuits generados tan sólo en la primera semana después de la muerte de Nisman es equivalente a una decena de ediciones de la Enciclopedia Británica. Claro que muchos de esos tuits tienen discursivamente poco valor informativo. Pero aun si sólo consideráramos los textos enviados por las élites políticas y por el periodismo especializado, el resultado sería decenas o centenas de miles de tuits.

Por ello, el análisis de las redes sociales está dominado por computadoras y por el procesamiento de lo que se denomina *big data* (macrodatos). El procesamiento de millones de piezas de información se torna viable sólo en la medida en que utilizamos computadoras o supercomputadoras para cortar, separar, pegar e interpretar datos y metadatos. Con ***datos*** *nos referimos al contenido de los 140 caracteres en cada tuit*, el texto que cada usuario quiso comunicar. Con ***metadatos****, en cambio,*

nos referimos a toda la información relativa al acto de tuitear, como por ejemplo el origen geográfico del tuit, la conexión entre la cuenta original y aquella que retuitea los 140 caracteres, la hora y el día en que fue publicado un tuit y una multitud de otros datos que se encuentra en el "envoltorio" del tuit.[4] Esta información es pública, en la medida en que Twitter es una herramienta de comunicación abierta, a diferencia de otras redes sociales como Facebook, Snapchat o Instagram que requieren la autorización explícita del dueño de la cuenta para unirse a una comunidad de usuarios.

Para el análisis político realizado de modo cuantitativo, interpretar el contenido de estos tuits puede ser extraordinariamente complicado. Como fue descripto en relación al cuento corto atribuido a Hemingway, las sutilezas de los tuits son difíciles de procesar aun para la última generación de programas de análisis semántico.



Para una computadora no es fácil entender las sutilezas de la frase "A mí no me gusta el café, ¡me encanta!" Un buen programa de análisis semántico a menudo pensaría que al individuo no le gusta tomar café, en lugar de interpretar que tiene pasión por el café. Más difícil aún sería interpretar la ironía en

el tuit de Aníbal Fernández a Luis Majul. Y no podría inferir que muy probablemente una pelea callejera entre Aníbal Fernández de 58 años y Luis Majul de 53 terminaría con ambos jadeando, sentados en el cordón de la vereda, pidiendo oxígeno o siendo revisados por algún médico de la Casa Rosada. Por ello, el análisis de texto tiene que ocuparse de buscar identificadores, palabras, giros idiomáticos y otros elementos discursivos que son más fáciles de ser interpretados.

Más sencillo es producir mapas políticos utilizando metadatos. El análisis de la información del envoltorio, como el remitente de una cuenta o de quién publica el tuit de tal o cual político, es considerablemente menos ambiguo. Por ejemplo, un tuit creado por Aníbal Fernández que es retuiteado por Andrea Fernández no puede ser editado para denotar crítica o posiciones negativas (todo tuit editado deja de ser un retuit). Por tanto, los retuits son en su gran mayoría formas de endoso o apoyo, antes que mensajes sarcásticos. De hecho, como mostraremos más adelante, las redes que surgen de esta información de envoltorio son extraordinariamente informativas y permiten clasificar con mucha precisión a los actores políticos cercanos al gobierno o a la oposición.

En la actualidad, podemos extraer información de una multiplicidad de actividades sociales. Esto lo han aprendido rápidamente los servicios de inteligencia, desde la CIA y la NSA, pasando por el británico MI6, el MOSAD y el FSB ruso. Por supuesto, no existe motivo por el cual se les tiene que dar a estas agencias el uso exclusivo de las tecnologías de control social. También nosotros los académicos podemos utilizar *big data* para entender cómo funciona la política (o los servicios de inteligencia).

Información sobre cómo votan los políticos, con quién firman sus proyectos de ley e incluso las decisiones de con

quiénes sentarse en eventos sociales nos permiten entender la estructura y los usos de las redes sociales en el Congreso de la Nación. Del mismo modo, existe una enorme cantidad de información no sólo en los tuits creados por los usuarios sino también en el envoltorio de esos tuits. El mayor obstáculo para el análisis político no es obtener información –información es lo que sobra– sino aprender qué datos y actividades son valiosos y cuáles son triviales. Cuáles de ellos nos explican el caso *#Nisman* y cuáles son simplemente ruido propagado por las redes sociales.

Juntos pero desiguales

La Figura 1 describe el número de retuits que fueron generados cada 10 minutos entre las 6 PM del día 18 de enero de 2015 y las 2:30 AM del 25 de enero. La Figura 1 sólo reporta el número de retuits. Es decir, tuits que fueron considerados relevantes por al menos un segundo usuario.

En los 6 horas que precedieron al anuncio de Damián Pachter, la actividad sobre *#Nisman* en las redes sociales ya era considerable y se producían alrededor de 150 retuits cada 10 minutos. En vísperas de la declaración de Alberto Nisman al Congreso de la Nación, el interés sobre el caso ya había llevado a que se publicaran en las redes sociales entre 30.000 y 40.000 tuits por día. El número de publicaciones en las semanas previas, sin embargo, sería un pálido reflejo de la explosión mediática que siguió a la muerte de Alberto Nisman.

A partir de las 12:30 AM del lunes 19 de enero, la cantidad de tuits generados en torno al caso creció exponencialmente. Mientras que en las 6 horas que precedieron al anuncio de la muerte de Alberto Nisman se publicaron poco

más de 5.000+ retuits, en las 6 horas posteriores a su fallecimiento se publicaron cerca de 300.000+. Es decir, un aumento del 6.000% en el número de retuits. Luego de tan sólo 24 horas desde que se publicara el tuit inicial de Damián Pachter, el número de retuits del caso llegaría a 800.000+. Una semana después de iniciado el caso *#Nisman*, el número de tuits superó los 2.350.000+ y el número de retuits, los 1.600.000+.

El incremento en el número total de tuits fue cuantitativo pero también cualitativo. En efecto, cuando la tasa de publicación es baja, existe un sinnúmero de blogueros profesionales y de actores no institucionales que ocupan un espacio pequeño pero relativamente importante de la producción de información en las redes sociales. En cambio, conforme la cantidad de tuits y de usuarios se multiplica, la balanza se inclina desproporcionadamente hacia actores institucionales, tales como los partidos políticos, los periodistas, los grandes medios de comunicación y otros individuos de alta visibilidad (actores, músicos, jugadores de futbol, etcétera). Por tanto, contrariamente a lo que muchos supondrían, cuanto mayor es el nivel de actividad en Twitter, mayor es el nivel de concentración de los mensajes relevantes y de los actores institucionales.

La Figura 1* muestra la evolución de la publicación de retuits en la semana posterior a la muerte de Alberto Nisman. Como se puede observar, incluso entrada la madrugada del lunes el número de publicaciones se mantuvo a tasas extraordinariamente altas. Tal es así que a las 2 de la mañana del lunes la tasa de publicación de tuits cada 10 minutos se mantendría por arriba de las tasas observadas durante el día laboral que le siguió.

* Todas las figuras a las que hace referencia el autor están disponibles en las páginas centrales del libro. [N. del E.]

Aun cuando los números son masivos, los actores que "importan" no son tantos. La extraordinaria concentración de información relevante en Twitter es ejemplificada en la Tabla 1, que presenta el número de cuentas de usuarios que sobreviven en la base de datos una vez que consideramos tan sólo retuits. Es decir, cuando sólo consideramos información que al menos uno o más usuarios consideraron suficientemente relevante como para ser reenviada. Claramente, este no es un umbral de "relevancia" muy elevado.

Tabla 1: Éramos muchos y quedamos pocos: número de usuarios que publicaron algún tuit con la palabra #Nisman y número de cuentas cuando sólo consideramos publicaciones que fueron retuiteadas

Cuentas de usuarios de Twitter que participaron del fenómeno *#Nisman* entre enero y febrero de 2015	
Filtro aplicado	**Cuentas de usuarios**
Total de cuentas que participaron del caso #Nisman	700.000+
Cuentas de usuarios filtrando por 1 o más retuits	87.388
Cuentas de usuarios filtrando por 2 o más retuits	45.216
Cuentas de usuarios filtrando por 3 o más retuits	30.954
Cuentas de usuarios filtrando por 4 o más retuits	23.922
Cuentas de usuarios filtrando por 5 o más retuits	19.705
Cuentas de usuarios filtrando por 5 o más retuits	16.806
Cuentas de usuarios filtrando por 6 o más retuits	14.699
Cuentas de usuarios filtrando por 7 o más retuits	13.152
Cuentas de usuarios filtrando por 8 o más retuits	11.838
Cuentas de usuarios filtrando por 9 o más retuits	10.851
Cuentas de usuarios filtrando por 10 o más retuits	10.001

Nota: cada fila describe el total de cuentas individuales de Twitter que sobreviven en la base de datos cuando solo se consideran distintas cantidades de retuits.

Como dije anteriormente, del fenómeno *#Nisman* participaron más de 700.000 cuentas de usuarios de Twitter en los primeros 40 días. Sin embargo, si eliminamos todos los tuits que no fueron a su vez retuiteados por otros usuarios, sobreviven tan sólo 87.388 cuentas, lo que representa una reducción de un 88% en el número de usuarios en la red social *#Nisman*. Si consideramos sólo aquellos tuits que generaron suficiente interés para ser retuiteados al menos 8 veces, sólo quedan alrededor de 12.000 cuentas de usuarios. Estas 12.000 cuentas representan el 1,4% de los usuarios.

Como es posible observar, el nivel de concentración de la información en Twitter es extraordinario. Tan sólo el 1,4% de los usuarios del caso *#Nisman* producen el 59% de la información que fue retuiteada por esta vasta red social. De los más de 3 millones de retuits relativos al caso *#Nisman*, más de 1,8 millones son retuits cuyas versiones originales fueron publicadas por el 1,4% de los usuarios.

El plan de este libro

En los próximos capítulos describiremos las características principales del universo tuitero que acompañó al caso *#Nisman*. Ello requiere tres pasos conceptualmente sencillos, pero técnicamente un poco más complicados:

1. Mapa: en primer lugar, utilizaremos la totalidad de los tuits y retuits para producir un mapa político de los actores en Twitter. Esta geografía alternativa mide el grado de proximidad política entre los usuarios a partir de transformar en "distancias" todo aquello que refiere a la intensidad de la comunicación entre usuarios. Por ejemplo, si Andrea

Fernández retuitea consistentemente información producida por Mauricio Macri y no por Cristina Fernández de Kirchner, el algoritmo estadístico posicionará a Andrea Fernández más cerca de Mauricio Macri que de Cristina Fernández. Si Pablito Fernández retuitea consistentemente información producida por Cristina Fernández de Kirchner y también algunos tuits de Andrea Fernández, el algoritmo estadístico va a posicionar a los actores del siguiente modo: *CFK* ⇚ *Pablito* → *Andrea* ⇛ *Macri*. Las flechas indican quién está reenviando la información producida originalmente por otro usuario y las posiciones reflejan la proximidad entre todos ellos. Si seleccionamos sólo las publicaciones que tuvieron al menos 8 retuits (59% de los datos), el resultado es un mapa de los 12.000 usuarios más influyentes de la red. Las relaciones entre estos usuarios (las distancias del mapa de Twitter) son dibujadas en dos dimensiones (Este-Oeste y Norte-Sur), pero muestran distancias que no son propiamente "geográficas" sino que describen relaciones sociales (gobierno-oposición).

2. Comunidades: una vez que tenemos ubicados a los actores en el mapa, necesitamos definir cuáles de ellos constituyen distintas comunidades. Es decir, qué sectores de nuestro mapa se comunican asiduamente entre sí y cuáles tienen un contacto marginal o nulo. Esto nos permite formar "provincias", regiones donde se ubican los distintos grupos de actores que tienen afinidad entre ellos. Hay una variedad de técnicas que pueden ser utilizadas para "detectar comunidades" (tal es el término en la jerga del análisis de redes). En este libro utilizaremos el algoritmo Walktrap, que aleatoriamente le permite a cada usuario "caminar" alrededor

de su zona de pertenencia e interactuar con otros usuarios. La probabilidad de que Cristina Fernández de Kirchner salga a caminar por su barrio y se cruce con Lilita Carrió, por ejemplo, es extraordinariamente baja. El algoritmo considera estas probabilidades al determinar que Cristina Fernández y Lilita Carrió viven en distintas comunidades. En los mapas de la tuitósfera, distintos colores describen a distintas comunidades, lo que permite a los lectores distinguir fácilmente regiones en el mapa político.

3. Diálogos: una vez que tenemos a todos los actores en nuestro mapa político y que sabemos a qué comunidades pertenecen, podemos graficar los diálogos entre los distintos actores, las "flechas". Es decir, podemos graficar quienes están retuiteando la información producida por sus pares. Estos diálogos son dinámicos y cambian a lo largo del tiempo. De hecho, el mapa simbólico está en constante movimiento. Para simplificar la descripción del caso *#Nisman*, primero le damos una ubicación general a cada usuario y una comunidad de pertenencia. Luego, una vez estimadas las comunidades, medimos cómo dialogan todos ellos entre sí. Es decir, exploramos las narrativas formadas por las distintas comunidades de usuarios y exploramos el "flujo" de información.

En el siguiente capítulo comenzamos el proceso de dibujar el mapa político que surge de la comunicación en Twitter. Dado que el objetivo es explicar un proceso de crisis política, antes que los aspectos técnicos, hemos acotado al máximo los aspectos estadísticos y nos limitamos a dar una descripción intuitiva antes que formal.[5]

II. Diablos vs. demonios

¿Tenés cuenta de Twitter? ¿Cuándo fue la última vez que tu publicación fue retuiteada por 1.500 personas? Para el 99,9% de los usuarios la respuesta es simple: nunca. En efecto, las redes sociales son entidades jerárquicas que están dominadas por un número relativamente pequeño de actores. Estos actores –políticos, periodistas, blogueros, artistas– generan y publican mensajes que son circulados por la gran mayoría de nosotros, los usuarios. Mientras nuestro círculo íntimo dice "democracia", la información de la red social dice "aristocracia". El contraste entre los dos mundos de Twitter, el social y el íntimo, es lo que dificulta percibir cuán concentrada se encuentra la política a la cual accedemos a través de nuestros teléfonos inteligentes, tablets o computadoras personales. Contrariamente a lo que dice nuestra experiencia íntima en la red, el número de actores que dominan la tuitósfera es considerablemente más pequeño que lo percibido por el público en general.

Por supuesto, los términos *grande* o *pequeño* son flexibles cuando hablamos de las redes sociales. Por ejemplo, en el caso *#Nisman* el 1% de las 700.000 cuentas de Twitter incluye a 7.000 usuarios. Si consideramos tan sólo al 0,1% de los usuarios en esta vasta red social, los "formadores de opinión" son un número interesante: alrededor de 700 cuentas mayoristas, cuyos mensajes son ampliamente retuiteados por la comu-

nidad en su conjunto. Entre estos usuarios se encuentra la primera fila periodística, política y cultural de la Argentina. Estos actores dominan la geografía política de Twitter en el caso *#Nisman* y son el punto de partida perfecto para entender las redes sociales y la política de la polarización en Argentina hoy.[1]

Además de estar altamente concentrado, el espacio del caso *#Nisman* en Twitter se encuentra extraordinariamente polarizado. En esto, el espacio virtual y el real no son particularmente distintos. Esta polarización se refleja en las personalidades a las cuales seguimos y en las comunicaciones entre amigos, así como en los tópicos políticos que concentran mayor atención. El hecho de que la información sea abundante, que su contenido se encuentre muy concentrado y que el sistema político esté extremadamente polarizado explica la nitidez de la red *#Nisman* presentada en la Figura 2. En efecto, el mapa político de la Argentina visto a través de Twitter discrimina con mucha claridad a las comunidades que nos conectan, así como la relación con los políticos que nos gustan o la distancia respecto de aquellos a quienes detestamos.

Huellas digitales

Cada vez que un usuario realiza una acción en Internet, desde conectarse a la red hasta publicar o marcar como *fav* una publicación, se generan datos sociales que pueden ser usados para entender su posición en el mundo, sus gustos culturales y sus preferencias políticas. Esta información nos puede ayudar a identificar a un usuario particular o, más interesante aún, a entender procesos de masas, crisis políticas y conflictos sociales. La utilidad de la información que nos dan las

redes sociales aumenta en la medida en que estas concentran a grandes segmentos de la población, como ocurre con Twitter. En estas redes, la masa de datos es tal que nos permite distinguir con gran detalle el grado de afinidad que tienen grupos de usuarios entre ellos y, a su vez, la afinidad de estos grupos con los formadores de opinión. Estas redes se activan rápidamente en crisis sociales o políticas, como ocurrió con el caso *#Nisman* en Argentina, *#Ayotzinapa* en México o *#Ferguson* en Estados Unidos. Es decir, en aquellos casos en los cuales la muerte está íntimamente conectada con la política.

Si bien los datos de Twitter son la materia prima que nos permite observar cómo se conectan distintos grupos sociales entre sí, así como su relación con los políticos, sólo hemos adquirido la capacidad técnica para analizar estas relaciones a partir del desarrollo de estadísticas de redes y de un creciente poder de computación para procesar en tiempo razonable los millones de datos producidos por las redes sociales. En el caso *#Nisman*, estos datos incluyen más de 80 millones de piezas distintas de información: desde el texto del tuit producido por los usuarios hasta el tipo de dispositivo electrónico que fue usado para conectarse a Internet.

En efecto, los datos son extraordinariamente abundantes y la capacidad para procesarlos se ha tornado técnicamente viable. Ahora sumemos a esta capacidad para procesar datos una crisis política y un alto grado de polarización, y el resultado es un mapa social con una muy alta resolución. En este mapa social, hay individuos y comunidades que pueden ser identificados individual o colectivamente con una precisión orwelliana. Podemos rotar, cortar, magnificar o minimizar este mapa para ver relaciones particulares y sus efectos. Además, podemos concentrarnos en unos pocos vínculos o en unos pocos indicadores,

ver la comunidad política en movimiento o congelarla en un momento determinado, en el espacio y en el tiempo.

La geografía del caso #Nisman

La Figura 2 describe la ubicación política de los usuarios de Twitter en la red del caso *#Nisman*. Entre los miles de individuos (puntos) y conjuntos de individuos (óvalos que agrupan puntos), un grupo selecto de etiquetas permite distinguir a actores políticos más "destacados". En este caso, el término "destacado" describe una selección ecléctica de aquellos actores políticos que fueron retuiteados más asiduamente en los 40 días que siguieron a la muerte de Alberto Nisman, así como algunos de los candidatos más visibles de la campaña presidencial de 2015. Más adelante, daremos una definición más precisa de "importancia" en una red social. Por ahora, esta selección de figuras políticas es simplemente un marco de referencia, boyas en el mar de tuits, para más adelante poder entender los diálogos políticos que son intercambiados entre los distintos actores. (Ver Figura 2)

En la Figura 2, los usuarios de Twitter favorables al gobierno se encuentran a la izquierda, coloreados de gris, mientras que los usuarios favorables a la oposición se encuentran a la derecha, de rojo. Dado que tenemos decenas de miles de usuarios en cada gráfico, los colores que usamos para distinguir a las comunidades no son generados manualmente. Un algoritmo matemático busca grupos de actores que interactúan más asiduamente y les asigna valores, los cuales identifican a miembros de una misma comunidad.

Aun cuando los datos naturalmente organizan a las comunidades en dos grupos polares (gobierno y oposición), cabe

aclarar que las redes no tienen una izquierda y una derecha (o un arriba y un abajo). Podríamos arbitrariamente girar la red de la Figura 2 y dejar a los actores del gobierno arriba, abajo, a la izquierda o a la derecha. En todos los casos las propiedades del mapa permanecen inalteradas dado que lo único que nos interesa es cuán cerca están los usuarios entre sí. Es decir, para entender la política de la polarización sólo debemos medir las distancias relativas entre los actores y, tan sólo por conveniencia, hemos anclado a los actores del gobierno y la oposición a la izquierda o derecha de la imagen.

Las posiciones de los actores describen distancias que son estimadas mediante el algoritmo Fruchterman-Reingold,[2] sin ningún tipo de intervención humana (Fruchterman y Reingold, 1991). La calidad y el detalle del mapa –como describiremos más adelante– se deben a que los mensajes de Twitter organizan e identifican de modo muy eficiente a las comunidades políticas en la Argentina. Si bien la polarización puede ser políticamente tóxica, pocas cosas facilitan tanto el análisis político (y estadístico) como el hecho de que distintos grupos no tengan intención, interés o estómago para comunicarse entre ellos.

¿Dónde está Wally?

La Figura 2 muestra que el precandidato del FPV Daniel Scioli (arriba a la izquierda) está más cerca de Cristina Kirchner que de candidatos del Frente Renovador de Sergio Massa (centro de la Figura 2) y del candidato del PRO Mauricio Macri (abajo a la derecha). También podemos observar que Pino Solanas, Julio Cobos y Hermes Binner se agrupan juntos en la red, en la región superior izquierda del círculo opositor. En el mismo cuadrante está Margarita Stolbizer, quien conjuntamente con Binner y

Cobos convocó a una conferencia de prensa el 19 de enero de 2015 con el fin de coordinar sus respuestas en el caso *#Nisman*.

Así como el hecho de convocar a una conferencia de prensa conjunta indica afinidad política, el hecho de tuitear sobre la misma situación y referenciarse en sus respectivos mensajes le permite a la computadora ubicarlos en la misma región del mapa.

Del otro lado, entre los opositores, vemos a Mauricio Macri con una de las dos cuentas de Gabriela Michetti, mientras que no muy lejos se ubica el gobernador electo del PRO de la Ciudad de Buenos Aires, Rodríguez Larreta. En el círculo central de los opositores, se encuentra la cuenta de campaña de Lilita Carrió, la segunda cuenta de Gabriela Michetti y la de Laura Alonso, una de las más vocales críticas del gobierno en el caso *#Nisman*.

Para visualizar intuitivamente cómo se distribuyen todos los usuarios y los políticos, podemos delinear alrededor de los

puntos un contorno que los encierre. Las líneas concéntricas en el gráfico se denominan "contornos de densidad" y describen cuántos usuarios hay en las distintas zonas de la Figura 2 (el número de puntos en cada zona del gráfico). Los contornos de densidad son similares a los que se usan en mapas geológicos para describir zonas elevadas. En nuestro caso, dichos círculos describen zonas de mayor altura en cantidad de usuarios. Por lo tanto, Lilita Carrió no sólo está a mitad de camino entre Ernesto Sanz y Mauricio Macri, sino que también se encuentra en una zona considerablemente más densa (una zona con mayor número de cuentas de Twitter que hablan sobre *#Nisman*). En el mapa de Twitter, Lilita Carrió se encuentra en el centro del grupo opositor del caso *#Nisman*.

En las próximas páginas también describiremos dónde se encuentran los medios de comunicación masivos (*Clarín*, *La Nación*, *Página/12*, *Tiempo Argentino*), los falsos *trolls* (@AlbertoNisman, @FiscalNisman, @Cuervotiinelli), los *fakes* (@elkaiser63, @elcositodelapizza, @malcomgomez), la política internacional (la derecha venezolana, la derecha de Chile, el chavismo), entre una multitud de comunidades que participaron del caso *#Nisman*. Antes, conviene entender cómo son producidos los mapas de la red social del caso *#Nisman* y qué tipo de relaciones son explicadas por los datos.

Amigos son los amigos

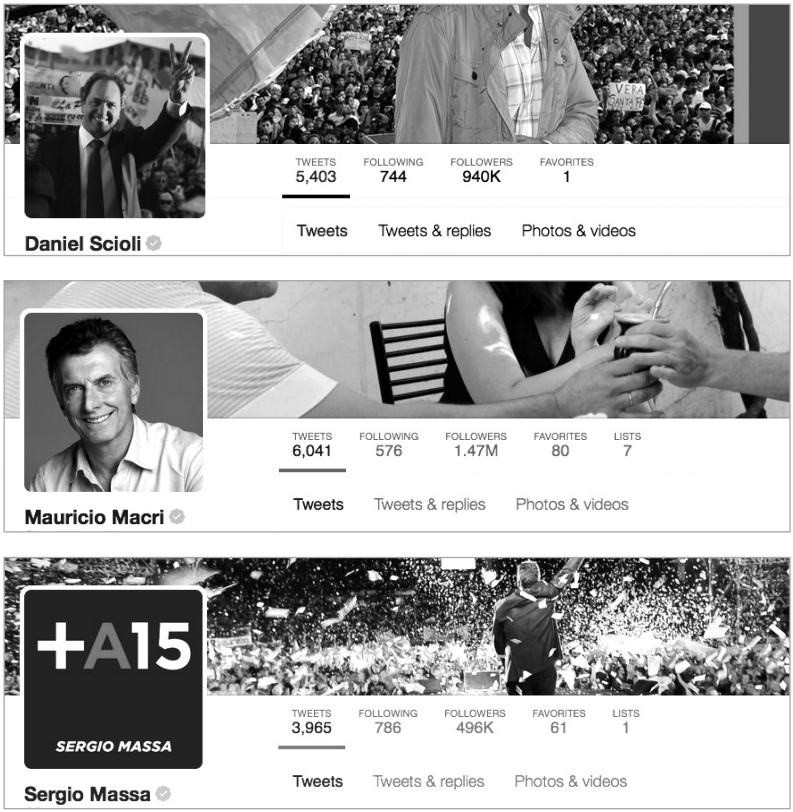
Antes de adentrarse en los aspectos políticos del caso, vale la pena tomar un pequeño desvío para entender cómo funciona Twitter y cómo es generada la red de la Figura 2. Ello nos permite comprender cómo la estadística y la ciencia política utilizan los datos sociales para analizar crisis políticas y comportamientos sociales.

Entender cómo se analizan los datos de Twitter también nos informa sobre las ventajas y las limitaciones de las redes sociales.

Consideremos por ejemplo al bloguero anónimo (o al "mercenario") Malcom Gomez, quien el 27 de marzo de 2015 publicó este tuit: "Empecé a seguir irónicamente a un ultra K y al toque me devolvió el follow. O sea, yo solo quería pasar el rato y ahora tenemos una RELACIÓN". Esta "relación", como la llama Malcom Gomez, es una fuente de información importante para mapear a los actores políticos en Twitter. A diferencia de Facebook, donde las relaciones son simétricas ("Si yo soy tu amigo, vos sos mi amigo"), Twitter es un sistema jerárquico de difusión de información donde seguir a alguien o ser seguido por alguien representan distintos tipos de relación.

Por ejemplo, Cristina Fernández de Kirchner es seguida por 3,7 millones de personas, mientras que ella tan sólo sigue a 97. Esta asimetría entre el número de seguidores y el número de amigos es una de las características más importantes que observamos en los actores políticos y sociales que mayor peso tienen en una red social. El término utilizado habitualmente para definir a alguien que es seguido por otros usuarios es el de "autoridad". Sergio Massa sigue a 784 usuarios y es seguido por más de 473.000,

Mauricio Macri sigue a 572 personas y a su vez es seguido por 1,28 millones, Justin Bieber sigue a 198.000 personas y es seguido por 62,7 millones. En cambio, el término utilizado para indicar el acto de seguir a alguien es "nodalidad" o, en inglés, *hub*.



Nota: definimos como *autoridad* a la acción de ser seguido por otros usuarios y como *nodalidad* (o hub) a la acción de seguir a otros. Los políticos, al igual que las grandes empresas, prefieren ser seguidos por muchos y seguir a pocos usuarios, con el fin de minimizar riesgos. Daniel Scioli es un caso atípico, con un número alto de "amigos" a los cuales sigue pero difícilmente puede fiscalizar. En el último año ha ido reduciendo su nodalidad, conforme la campaña 2015 avanza.

Son pocos los políticos que siguen a una gran cantidad de individuos. Daniel Scioli, por ejemplo, durante mucho tiempo siguió a alrededor de 50.000 personas mientras era seguido por 850.000. Esto no es común y, conforme la campaña electoral fue progresando, su número fue bajando hasta ubicarse por debajo de los mil. Mientras que tener un gran número de seguidores es una ventaja, seguir a una gran cantidad de usuarios es políticamente peligroso. Cuando uno sigue a 15.000 personas siempre existen dificultades para "fiscalizar" a estos individuos. Para un político puede ser difícil explicar el motivo por el cual sigue la cuenta de un neonazi, un pedófilo o a individuos involucrados en crímenes de lesa humanidad.

La mayoría de los políticos, dada su aversión al riesgo, prefieren seguir sólo a aquellos individuos que les devuelven una imagen políticamente aceptable de ellos mismos. Esto incluye a aliados políticos cercanos, figuras públicas de alto consenso e instituciones reconocidas. Por ejemplo entre los usuarios a los cuales sigue CFKArgentina (Cristina Fernández de Kirchner) encontramos aliados políticos y gente del partido como el expresidente del bloque del FPV Agustín Rossi y el ex jefe de gabinete y ahora candidato Jorge Capitanich. También encontramos a actores institucionales, como son los presidentes de América Latina o el Conicet, así como figuras o instituciones reconocidas por los votantes como el economista Stiglitz o a la Selección Argentina.

La importancia política de tener muchos seguidores no ha pasado desapercibida entre empresas y políticos de distintas partes del mundo. Existe hoy en día un mercado de cuentas de Twitter que se pueden contratar con el fin de aumentar el número de seguidores y con el propósito de diseminar publicidad para promocionar productos o candidatos. Estas cuentas

falsas habitualmente se denominan *bots*, abreviación para describir a robots que son programados para actuar como usuarios virtuales, los cuales comentan y publicitan información masivamente por una módica suma.[3]

La información respecto de quiénes son los usuarios que siguen a los políticos es mucho menos informativa que aquella que describe quiénes son los políticos que siguen a usuarios. En efecto, los políticos ponen mucho cuidado en decidir a quiénes siguen y muy pocas restricciones para aceptar nuevos seguidores. La información de a quién siguen los políticos, por tanto, nos permite construir redes que describen con mejor definición y mayor detalle la política de alianzas en la Argentina.

La relación que surge de "seguir a alguien" da lugar a estructuras en la red. Por ejemplo, en la Figura 3 tenemos a 5 usuarios, con flechas que describen el acto de seguir (*hub*) a otro usuario ("autoridad"). Imaginemos que la información fuera como el líquido que llena una jarra de agua y que podemos verterla sobre la Figura 3. Al agregar esta "información" –el líquido– y analizar cómo es transportada, veríamos que la información de los usuarios A y C se distribuyen primariamente a la autoridad B. Mientras tanto, los usuarios D y E forman una comunidad aparte, aun cuando están conectados a la red a través del usuario C. Del mismo modo, podemos visualizar a los tuits de los usuarios que hablan sobre el caso *#Nisman* como agua que es vertida sobre la red social de Twitter y va siguiendo las flechas hasta los distintos destinos. Cuando analizamos la red *#Nisman* en Twitter, estamos considerando el flujo de información que circula entre miles o cientos de miles de usuarios.

Como cualquier tipo de herramienta social, los usuarios novatos y los experimentados manejan sus cuentas de Twit-

ter de modo distinto. El hecho de seguir "irónicamente a un ultra K", como afirma Malcom Gomez, o de estar atrapado en una relación por convicción, son fuentes de información que podemos utilizar. Lo importante es entender las frecuencias con que se sigue irónicamente o por convicción a distintos actores.

Por ejemplo, existen pocas dudas de que el carácter descontracturado y frontal de Aníbal Fernández tiene como resultado que lo sigan algunos usuarios que tienen pocas coincidencias con él. En este sentido, Aníbal Fernández es más popular que Florencio Randazzo y, por tanto, es seguido tanto por usuarios que tienen afinidad ideológica con el gobierno como por algunos usuarios que no la tienen. Sin embargo, el número de usuarios disminuye rápidamente conforme aumenta la intensidad de las disidencias con el ministro. Es decir, aunque el número de seguidores de Aníbal Fernández incluye un mayor número de opositores al gobierno que el de los seguidores de Randazzo, en ambos casos el número de usuarios disminuye con la distancia "ideológica".

Es decir, un gran número de usuarios que se encuentran políticamente cerca de Aníbal Fernández lo sigue, mientras que un número pequeño de férreos opositores lo siguen "irónicamente". Del mismo modo, el número de usuarios que tienen afinidad con el gobierno y siguen simultáneamente a Aníbal Fernández y a Cristina Fernández de Kirchner es considerablemente mayor que quienes son opositores y siguen a ambos políticos al mismo tiempo. Es decir, el "conjunto" de autoridades que son seguidas por cada usuario nos da información sobre su afinidad política, más allá de que cada uno de estos usuarios pueda también seguir "de modo irónico" a algunos tuiteros del partido de enfrente. Con esto podemos

también tranquilizar a Malcom Gomez: una golondrina no hace verano en un solo día ni tampoco una noche de pasión tuitera constituye una relación.

Retuiteando información

Así como los políticos entienden claramente la diferencia entre seguir y ser seguidos, también entienden muy bien la diferencia entre seguir a alguien y retuitear sus mensajes. Cristina Fernández de Kirchner, por ejemplo, sigue a su par mexicano Enrique Peña Nieto. Sin embargo, la presidenta nunca a retuiteado información publicada por el presidente de México. En efecto, publicar información producida por otros en Internet es un acto político antes que un acto de socialización. Mientras que muchos de nosotros retuiteamos las publicaciones de los amigos en temas relativamente marginales, incluso aquellas que consideramos triviales, es más difícil reproducir tuits con los cuales no acordamos, particularmente si refieren a temas que son para nosotros políticamente relevantes. ¿Puede pasar? Por supuesto. Siempre existe la posibilidad de que un subgrupo de usuarios retuitee información con la que no está de acuerdo, ya sea por desidia, por error o, como afirma Malcom Gomez, irónicamente. Sin embargo, al observar millones de tuits y retuits, los grandes números dominan. La información que extraemos de Twitter sólo sería incorrecta si los individuos retuitearan una mayoría de cosas con las que no están de acuerdo. Esto es altamente improbable, lo que explica la alta calidad de los mapas conceptuales que podemos derivar de Twitter.

Por tanto, así como los usuarios más experimentados distinguen muy bien entre ser seguidos y seguir a otro usuario,

existe en Twitter una clara distinción entre seguir a un usuario y republicar sus mensajes. Mientras que en Facebook la gente tiende a celebrar indiscriminadamente los comentarios y eventos de sus amigos, en Twitter la gente es muy selectiva respecto de qué publicaciones retuitea y a cuáles usuarios sigue. (Ver Figura 4)

Este es el motivo por el cual en Twitter siempre observamos relaciones jerárquicas, tal como es mostrado en la Figura 4, la cual describe el intercambio de tuits que mencionaron al secretario de Seguridad Sergio Berni y al ex-jefe del Ejército César Milani. En este caso, es mucho mayor el número de retuits que son emitidos desde la oposición, quienes buscan capitalizar los costos políticos que tanto Berni como Milani tienen sobre el voto del gobierno.

La información que circula por las redes sociales y que tiene como objeto a Berni o a Milani es un buen ejemplo de diálogo político en Twitter. En efecto, los políticos concentran sus intervenciones en temas que les son favorables. Si un tema es de tal importancia que es inevitable hablar al respecto, entonces los políticos intervienen de modo tal de cambiar la narrativa. Sin embargo, los políticos siempre van a tratar de evitar hablar de aquellos temas que no les son favorables. En efecto, tan sólo con mencionar el tema, independientemente de lo que un político diga, el aumento de visibilidad hace que los votantes le den mayor importancia en sus decisiones electorales. Cuando un político se ve desfavorecidos por un tema, cualquier aumento en la visibilidad o importancia que los votantes le asignen a dicho tema aumenta los costos políticos. En el caso del secretario Berni o del ex-jefe del Ejército Milani, dado que sólo la oposición obtiene réditos políticos al tuitear sus nombres, la

oposición debería hablar al respecto mucho más a menudo que los aliados del gobierno.

Dado que los políticos hablan de distintas cosas, distintos flujos de información circulan por cada una de las zonas de la red *#Nisman*. Lo que es considerado un tema importante para quienes están cerca del FPV puede no serlo para quienes están cerca de la UCR. Dada la segregación informativa en Twitter, conforme cambiamos de tema también nos movemos por distintos barrios de la red social.

Retomando la metáfora del líquido que es vertido en la red, distintos temas políticos llegan con distinta intensidad a distintas zonas de Twitter, tal como ocurre con zonas altas y bajas cuando hay una inundación o cuando se rebalsa una represa. El hecho de que distintos temas circulen por distintas zonas de la red lleva también a que los usuarios perciban un flujo distinto de argumentos relativo a las distintas pruebas que cada comunidad presenta sobre el caso. Estas diferencias se mantienen aun cuando todos ellos participen de la misma red social, como es la red del caso *#Nisman*. (**Ver Figura 5)**

Así como el flujo varía en distintas zonas, la cantidad total de información disponible en la red puede ser mayor o menor dependiendo del tema. Los tuits que incluyen los términos "Lagomarsino" o "Stiuso", por ejemplo, son considerablemente más abundantes que los que incluyen "Berni" o "Milani". Esto es cierto tanto para los votantes que están cerca del gobierno como para quienes están cerca de la oposición. Sin embargo, la densidad los tuits referidos a Lagomarsino y a Stiuso es proporcionalmente mayor entre los actores cercanos al gobierno (mayor número de conexiones). Mientras que Berni y Milani son temas firmemente controlados por el discurso opositor, Stiuso y Lagomarsino enfrentan a las distintas narrativas del gobierno

y la oposición con mayor cantidad de diálogos al respecto que surgen del campo oficialista. En este segundo caso, Lagomarsino y Stiuso, el diálogo "entre" comunidades es inevitable.

Estos ejemplos nos muestran algunas de las características principales de la conformación de redes y la diseminación de información a través de Twitter. Más adelante, daremos algunas precisiones sobre el proceso de estimación de estas redes. Por ahora, volvamos al mapa del caso *#Nisman* para analizar otros actores políticos que son de interés. Entre ellos, pocas dudas caben de que los medios periodísticos ocupan un lugar privilegiado.

La polarización de/en los medios

Pocos pueden dudar de que la política argentina se encuentra polarizada. Existe hoy un abismo entre las visiones del mundo que tienen los aliados del gobierno y los de la oposición. Sin duda que entre las multitudes de creyentes existen también cínicos, dispuestos a usufructuar de las creencias que los distintos grupos tienen sobre el presente y el futuro del país. Pero la polarización no es simplemente el reflejo de manipulaciones y maquinaciones. Como afirmamos anteriormente, la polarización es también el resultado de la oferta informativa que los distintos grupos de votantes tienen a su disposición. Esta oferta informativa está íntimamente vinculada a las geografías alternativas en las que cada uno de ellos ha decidido habitar.

Esta polarización es sin duda transmitida por usuarios, pero también por los medios masivos de comunicación, muchos de los cuales han entrado de lleno en la batalla política. Las diferencias entre los medios de comunicación son claramente

identificadas por los usuarios de Twitter, los cuales ubican a periodistas y organizaciones en lugares muy distintos del mapa político. La Figura 6 describe las posiciones de los distintos medios periodísticos. En el caso *#Nisman*, el diario *La Nación* y el programa periodístico *Periodismo para Todos* se constituyeron en los pesos pesados de los medios nacionales del lado de la oposición. *Página/12* y *Tiempo Argentino*, por otro lado, hicieron lo propio desde el gobierno.

Las diferentes visiones periodísticas sobre el caso *#Nisman* constituyeron un juego aparte; conectado, sin duda, pero a su vez lateral al observado entre el gobierno y la oposición. Al igual que en el caso del Consejo de la Magistratura, el conflicto en torno a Papel Prensa y a la Ley de Medios galvanizó a los medios periodísticos más concentrados, quienes entraron de lleno en la lucha política y en la competencia electoral. Un sinnúmero de tuits editorializaron esta relación entre los medios y la política, como es ejemplificado por el tuit de *@HumodePrimeraTW*.

Pocas cosas identifican tan claramente la incorporación de los medios a la lucha político-electoral como el tipo de comunidades informativas con las cuales pueden ser identificados en Twitter. De los 10 tuits que más circularon en relación al caso *#Nisman*, 3 fueron generados por la cuenta oficial de *La Nación*, *@lanacioncom*. De los 4,5 millones de tuits generados en los primeros 40 días del caso *#Nisman*, el más retuiteado fue una encuesta preguntando a los lectores de *La Nación* si iban a participar de la marcha del 18 de febrero (*#18F*). Este tipo de tuit, formulado como encuesta pero destinado a movilizar políticamente, tiende a generar alta tracción entre los usuarios. En el capítulo 4 describiremos en detalle algunas de las características de las "encuestas" tuiteras.

Con cerca de 1,3 millones de seguidores en Twitter, no es de extrañar que también el sexto tuit de mayor circulación tuviera su origen en la cuenta oficial de *La Nación*. Publicado en la mañana del 19 de enero de 2015, el tuit criticaba la decisión del canal oficial (@TV_Publica), el cual no cambió su programación para transmitir de forma continua las noticias referidas a la muerte del fiscal Alberto Nisman. Finalmente, también el séptimo lugar de los top 10 *#Nisman* fue publicado desde la cuenta de *La Nación*, con un link que dirigía a sus lectores a la nota de opinión escrita por Santiago Kovadloff el lunes 19 de enero, un día después de la muerte del fiscal.

Por supuesto, el caso de *La Nación* da cuenta de la importancia que tuvo el periodismo en general al editorializar el caso *#Nisman*. El segundo y el noveno tuits con mayor circulación fueron de dos periodistas reconocidos: Nicolás Wiñazki (*Clarín* y PPT) y Gabriel Levinas (productor ejecutivo de PPT). Es decir, de los 10 tuits que mayor circulación tuvieron luego de la muerte de Alberto Nisman, cinco fueron publicados por las cuentas oficiales del diario *La Nación* o por periodistas vinculados a PPT y a *Clarín*. (Ver Figura 6)

Desde el inicio del caso *#Nisman*, la activa participación política de periodistas ligados a *La Nación* y a *Clarín* fue presenta por el gobierno como evidencia de que la oposición estaba conspirando junto a estos medios con el objetivo de desestabilizar políticamente la presidencia de Cristina Fernández. Por otra lado, desde la oposición, la narrativa oficial de un periodismo golpista fue denunciada como parte de una estrategia autoritaria destinada a ocultar crímenes de Estado. Dichas narrativas fueron amplificadas a través de los medios y retuiteadas en la red *#Nisman*. La Figura 6 muestra la ubicación de una selección de actores periodísticos, los cuales fueron referentes del gobierno y de la oposición en el caso *#Nisman*. De modo similar a la estimación de posiciones de los actores políticos, la ubicación en el mapa de los distintos periodistas y de sus medios depende exclusivamente de la red de usuarios que retuitea sus mensajes.

Una de las ventajas de utilizar las redes de diálogo en Twitter para generar mapas simbólicos de la política argentina es que podemos ubicar en un mismo plano a políticos, blogueros, artistas y medios masivos de comunicación, entre otros. En el caso de la red *#Nisman*, podemos observar que *La Nación* y *Clarín* están ubicados en la zona de abajo a la

derecha en la Figura 6, cerca de donde se ubicaron Mauricio Macri y Gabriela Michetti. En esa misma zona se ubica la cuenta de LanataPPT, una de las tres cuentas "no oficiales" asociadas con el periodista Jorge Lanata. Cerca del gobierno, por otro lado, se ubican *Página/12*, *Tiempo Argentino* y Télam. Hay un gran número de periodistas que se han mantenido independientes del gobierno y la oposición, los cuales se encuentran entre ambas comunidades, abajo y hacia el centro de la Figura 6. Estos incluyen a C5N, María O'Donnell y Martín Caparrós, quienes simplemente fueron seleccionados para ejemplificar a un número importante de periodistas que se ubican en el valle que separa al gobierno de la oposición en la red *#Nisman*.

De la geografía *#Nisman* al diálogo entre comunidades

La geografía del caso *#Nisman* que surge del análisis de los tuits permite discriminar con mucha precisión, en distintas comunidades, a los actores del gobierno y de la oposición. Estas comunidades están dominadas por formadores de opinión que concentran gran parte de los mensajes que son reenviados por el resto de los usuarios y que incluyen políticos, periodistas, blogueros y *fakes*. Los primeros dos grupos fueron descriptos en las páginas precedentes, mientras que de los otros grupos nos ocuparemos más adelante.

Estas geografías facilitan la transmisión de información entre actores que se encuentran mejor conectados entre sí. Distintos niveles de conectividad también facilitan la transmisión de distintos tipos de información entre los usuarios de Twitter, quienes perciben mensajes que están en sintonía con las ideas políticas con las que ellos comulgan. Las comunidades

de usuarios, en distintas zonas del mapa de Twitter, observan discursos que son localmente "mayoritarios". Entre los actores cercanos al gobierno, el número de tuits que acusan a la oposición de golpista es considerablemente mayor que el número de tuits que acusan al gobierno de asesinato. Entre los usuarios cercanos a la oposición, el número de tuits que apoyan la hipótesis de una conspiración criminal desde el Estado es extraordinariamente superior a aquellos que favorecen la hipótesis del suicidio.

El resultado de la segregación en comunidades de usuarios es una mayor polarización. Los discursos observados en distintas geografías de Twitter son consistentes con cada una de las comunidades de referencia. Por tanto, cuando un tuit traspasa las fronteras de su comunidad y es transmitido por el resto de la red, las diferentes narrativas entran en conflicto y son interpretadas como actos de cinismo político sin ningún tipo de sustento fáctico. En efecto, cuando argumentos de una comunidad son trasvasados al resto de la red, los sesgos de información de las distintas comunidades de usuarios entran en conflicto.

El escepticismo de cada comunidad respecto de las narrativas alternativas es a su vez potenciado por operaciones de tipo político de quienes tienen agendas políticas un poco más sofisticadas. Estos *fakes* de la información entran y salen de distintas comunidades mediáticas y pueden habitualmente ser identificados por su huella digital: son voraces, agresivos, siguen a mucha gente y son seguidos por pocos. El ojo experto puede detectar a algunos de ellos; el análisis estadístico puede sacar de su guarida a algunos otros. La detección de *bots*, *trolls* y *fakes* será el objeto de discusión del capítulo 4, un poco más adelante.

En el siguiente capítulo, nos ocuparemos de analizar en mayor detalle la estructura de los diálogos tuiteros observados en el caso *#Nisman*. En particular, mostraremos cómo distintos tipos de información circularon con distinta intensidad entre distintas comunidades de usuarios, y definiremos las fronteras de dichas comunidades así como el tipo de información que cada una de ellas consideró relevante.

III. ¡Diálogos tuiteros!

El capítulo anterior describía la distribución de las piezas de ajedrez sobre el tablero identificando actores y regiones que permiten caracterizar al gobierno y a la oposición. Esos mapas nos permiten entender rápidamente la geografía del caso *#Nisman*, pero no dicen mucho sobre el tipo de diálogo que caracterizó a los distintos grupos. En las páginas que siguen introduciremos a los lectores en los diálogos tuiteros que dominaron el caso *#Nisman*.

Al describir los diálogos referidos a Stiuso, Lagomarsino, Berni y Milani, en las Figuras 4 y 5, pudimos observar algunas de las características principales de los diálogos tuiteros: son jerárquicos, varían en cantidad de acuerdo con el tema y tienden a concentrarse de modo distinto entre opositores y oficialistas. Los gráficos mostraban mayores niveles de actividad en distintas zonas, que reflejaban los distintos intereses de quienes pertenecen a comunidades de la oposición o del gobierno. También mostraban la existencia de actores con mayor peso dentro de la red. Ello describe la transmisión jerárquica de información en el caso *#Nisman*, donde unos pocos tuits publicados por un puñado de usuarios dominan el contenido que observamos en la red. (Ver Figura 7)

Una de las características de los intercambios en Twitter es que son particularmente intuitivos; por ejemplo, al observar la diseminación de información relativa a la decisión del Juez

Daniel Rafecas, quien rechazó la denuncia contra la presidenta y sus ministros el 26 de febrero de 2015. Como muestra la Figura 7, la mayoría de los retuits relativos a la decisión de Daniel Rafecas surgen de regiones y actores cercanos al gobierno, los cuales consideraron la decisión del juez como una vindicación de la inocencia de Cristina Fernández de Kirchner. La decisión de Rafecas, en cambio, fue ignorada por los actores de la oposición, los cuales no sólo no acordaron con esta decisión sino que, más importante aún, la ignoraron.

¿Cuál es el motivo por el cual esta decisión fue ignorada? Como describe el Capítulo 1, dos mecanismos explican las diferencias en el tipo de mensaje que circula por ambos campos. En primer lugar, los actores políticos importantes tienden a no hablar de aquellos temas cuya difusión incrementa los costos políticos. Los formadores de opinión de la oposición, por tanto, evitaron dentro de lo posible realizar comentarios referidos a la decisión del juez Rafecas. Dado que, tanto para los actores ligados al gobierno como para los cercanos a la oposición, la información relevante es aquella que es consistente con las creencias que tienen sobre el caso, por eso sólo los miembros de la red *#Nisman* cercanos al gobierno difunden esta noticia. El segundo motivo, sin embargo, es estructural a la red de Twitter y depende del modo en que la información circula entre grupos sociales. De este segundo mecanismo, denominado "red de mundo pequeño", nos ocuparemos en la siguiente sección.[1]

No importa que grites, de este lado no se escucha

Imaginemos por un momento que las líneas azules en la Figura 7 representan el volumen de información que circula

entre las distintas comunidades. Entre los actores políticos de la red *#Nisman* que están conectados al gobierno, la información sobre la decisión del juez Rafecas se disemina ampliamente, suena fuerte y claro. Mientras tanto, entre quienes están conectados a la oposición, el mensaje es tenue y no concluyente. Para los aliados al gobierno, el juez Rafecas viene a validar todo lo que ellos pensaban.

Podemos considerar este mensaje de Aníbal Fernández como una editorialización de la decisión del juez Rafecas. Esta editorialización es *vertida* sobre Twitter y distribuida entre sus usuarios. Sin embargo, esta información es retuiteada desigualmente por quienes se encuentran en distintos barrios de Twitter. Por tanto, la decisión de Rafecas reafirma las creencias de quienes comulgan con el gobierno, quienes entienden la falta de mérito del caso como la confirmación de una conspiración para forzar la renuncia de Cristina Fernández de Kirchner. Por otro lado, entre quienes se encuentran cerca de la oposición,

el mensaje confirma que el juez Rafecas fue comprado o está atemorizado o confundido, lo que confirma que el gobierno no sólo mata sino que lo hace con impunidad, tal como afirma Lilita Carrió.

No hay duda de que entre el gobierno y la oposición existen diferencias profundas sobre la interpretación de los hechos. Entre los formadores de opinión, tanto políticos como periodísticos, nuevas piezas encajan en distintos lugares del rompecabezas. Más interesante, sin embargo, es entender qué sucede con aquellos actores que podrían llegar a cambiar sus posturas políticas, pero perciben mensajes políticos que están fuertemente sesgados hacia las creencias mayoritarias dentro de sus respectivas comunidades.

La Figura 8 muestra una versión estilizada de la Figura 7, que distingue en color amarillo los mensajes de Aníbal Fernández relativos a la decisión del juez Rafecas. Como se puede observar, la mayoría de las líneas amarillas se dirigen hacia el interior de la coalición oficialista. Mientras tanto, sólo un

pequeño grupo de retuits fueron realizados desde el interior del campo opositor. (Ver Figura 8)

Para ser claros, los retuits de Aníbal Fernández son leídos por una gran cantidad de usuarios. De hecho, el número de usuarios que acceden al mensaje de Aníbal Fernández es extraordinariamente mayor que el número de *fav* o de retuits. Sin embargo, la mayoría de quienes verán el tuit de Aníbal Fernández en sus teléfonos y computadoras están conectados a individuos de la red *#Nisman* cercanos al gobierno. Podemos pensar cada una de las líneas amarillas como una "repetidora" televisiva, donde la información es personalizada y circula entre comunidades de interés que tienen mayores niveles de conexión con el gobierno y menores con la oposición. Las diferencias en la cantidad de líneas amarillas que van hacia cada comunidad es significativa. Estas diferentes líneas describen el modo en que Twitter transmite de modo desigual la información que perciben los votantes que se encuentran en el interior de las distintas comunidades.

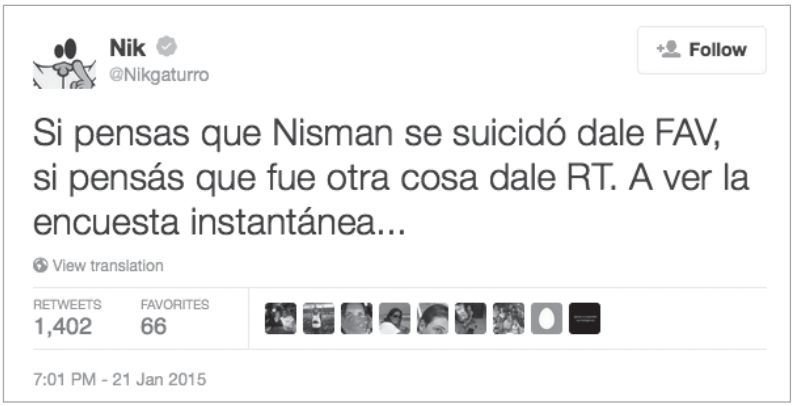
Más adelante, mediremos las diferencias en el nivel de información disponible en las distintas comunidades. Por ahora, simplemente vale la pena destacar que la decisión de retuitear información hacia el interior de cada comunidad política tiene como consecuencia una homogeneización de cada una de las narrativas, oficial y opositora, ante distintos electorados. Esta homogeneización del discurso oficial y opositor, cada uno hablando hacia sus comunidades, se constituye en una herramienta de movilización antes que de persuasión. En efecto, conforme la distancia entre las dos narrativas se agranda, la lucha política se concentra en la movilización de las distintas comunidades.

Tres distintos casos nos permitirán ejemplificar las consecuencias políticas de la distribución de información en

comunidades que están altamente conectadas hacia adentro (son densas) y que a su vez están poco conectadas entre sí (están dispersas). En el primer caso, mostramos una "encuesta" de Nikgaturro en Twitter, que es un mecanismo de difusión de ideas de la comunidad antes que un mecanismo de captura de opiniones. En segundo lugar, mostraremos la difusión de información que busca confirmar la narrativa de la oposición. En tercer lugar, analizaremos la diseminación de la posición del gobierno en los días que siguieron a la muerte de Alberto Nisman.

Confirmaciones

El mejor punto de partida para mostrar las propiedades de una red de mundo pequeño es la "encuesta" de Nik publicada en su cuenta de Twitter dos días después de la muerte del fiscal Nisman. Esta no fue una publicación marginal sino que se ubicó en el número 133 de los tuits que más circularon sobre el caso *#Nisman*.



La encuesta de Nik, como muchas encuestas similares en Twitter, les pide a los usuarios que quienes apoyan la hipótesis del suicidio voten marcándolo como *fav* y que quienes se oponen a esta hipótesis retuiteen el mensaje. El resultado sería distinto, por supuesto, si Nik hubiera presentado la encuesta de modo tal que la hipótesis de suicidio fuera retuiteada.

En el tuit de Nik, un 5% de los "encuestados" se inclina por la hipótesis del suicidio mientras que un 95% descarta esta alternativa. Esta muestra, por supuesto, no es aleatoria ni representativa. Pero aun en este caso los números parecen contundentes. Para quienes viven en la comunidad de Nikgaturro, no existen dudas de que la causa de muerte del fiscal no fue suicidio. Vale la pena nuevamente distinguir dos mecanismos diferentes que explican el alto grado de consenso en el grupo que contesta la encuesta de Nik.

Por un lado, en los primeros días del caso *#Nisman* el nivel de actividad de la comunidad "opositora" fue mucho mayor que el de los actores políticos cercanos al gobierno. Dado que Twitter no es una muestra representativa de la población y que, a su vez, distintos eventos mediáticos producen muestras no representativas de los usuarios de Twitter, la encuesta de Nik tiene dos fuentes de sesgo distintas: en primer lugar, está sesgada hacia sectores de mayor nivel socioeconómico que tiene mayores niveles de actividad en Twitter; en segundo lugar, está sesgada hacia actores de la oposición que tienen preferencias intensas sobre el caso. Por tanto, es de esperar que los resultados de este tuit sean distintos que los observados en una muestra representativa.

Sin embargo, mucho más interesante es el segundo mecanismo que explica la alta tasa de apoyo a la hipótesis que rechaza la idea de suicidio. Cada vez que un individuo marca

como *fav* la hipótesis del suicidio, el mensaje de Nik gana genéricamente un poco de visibilidad. Sin embargo, cada vez que este mensaje es retuiteado para apoyar la hipótesis rival, el mensaje se difunde en la red. Es decir, el mensaje de Twitter sólo se propaga por la red si el usuario está de acuerdo con la hipótesis de Nik, la cual afirma que la muerte del fiscal no fue un suicidio. (Ver Figura 9)

Como se ve en la Figura 9, la encuesta de Nik fue retuiteada casi con exclusividad entre usuarios ligados a la oposición. Es decir, aun cuando un 5% de los usuarios apoyaron la hipótesis del suicidio, estos *fav* no aparecen representados en líneas de diálogo, dado que los *fav* no propagan el mensaje de Nik. El resultado es un mensaje que es observado casi exclusivamente por miembros de la comunidad opositora. Este mensaje confirma lo que todos ellos ya saben: *#Nisman* fue asesinado.

Este ejemplo muestra el modo en el cual la narrativa opositora es localmente mayoritaria. Entre los usuarios de Twitter que comulgan con la oposición no existen disidencias. La gran mayoría de los miembros de Twitter, tal como son observados por los usuarios que se encuentran en el interior de la comunidad, están convencidos de que Nisman fue asesinado por el gobierno. A su vez, la misma comunidad confirma que no puede ser de otro modo, dado que todos piensan lo mismo.

Responsabilidad política: ¿quién tiene la culpa de lo que nos toca vivir?

En un artículo interesante, Isabella Alcañiz y Timothy Hellwig analizaron los mecanismos de atribución de responsabilidad en las democracias de América Latina (Alcañiz y Hellwig, 2011). Cuando a un grupo de encuestados se les preguntaba: "¿Quién

es responsable por el estado de la economía?", las respuestas se multiplicaban e incluían a una variedad de actores como el Gobierno, el FMI, los bancos, la falta de iniciativa de los individuos, Estados Unidos, entre muchos otros. En efecto, atribuir responsabilidades no es tarea fácil, aun al describir eventos sobre los cuales asumimos que existe una gran cantidad de información. Vale la pena tomarse un minuto y responder uno mismo esta pregunta. Lea la siguiente pregunta, piense durante 20 segundos y marque todo lo que corresponda:

¿Quién es responsable por el estado de la economía argentina?

- ☐ El gobierno
- ☐ El Congreso
- ☐ El FMI y los organismos de crédito internacionales
- ☐ Estados Unidos
- ☐ La justicia
- ☐ La falta de iniciativa de los individuos
- ☐ El sistema mundial

En teoría de la información, el nivel de variabilidad de las respuestas está inversamente relacionado con el nivel de información de la que disponen los individuos. Cuando la información es escasa, los individuos cambian rápidamente de idea ante cambios en el formato de la pregunta. Cuando la información es abundante, los individuos son más consistentes y difícilmente cambian de idea, no importa cuanta información nueva sea agregada.

La economía es un área compleja, en la cual existe poco consenso respecto de los instrumentos que facilitan el creci-

miento. Como resultado, elementos contextuales que difieren entre los distintos países tienen un efecto importante sobre las percepciones de los votantes. En Argentina, el número de encuestados que atribuyeron responsabilidad al Fondo Monetario Internacional y a otros organismos internacionales es muy superior al número de encuestados chilenos que acusan a los organismos internacionales. En cambio, los votantes chilenos son más propensos a explicar los problemas económicos de Chile por la falta de iniciativa de los individuos. En efecto, cuando la información es escasa o la evaluación de responsabilidades es difícil, las comunidades de referencia llenan los espacios vacíos para producir narrativas que son consistentes (y a menudo muy distintas).

En el caso *#Nisman*, la información de la que dispone la gran mayoría de los ciudadanos es extraordinariamente escasa. En primer lugar, la información válida sobre el caso es limitada, dado que la investigación está bajo secreto de sumario. Por tanto, los detalles sobre el caso a los que acceden los votantes provienen de actores que no tienen acceso directo a la evidencia. Por otro lado, aun cuando existe evidencia que ha sido difundida oficialmente, es poco común que los votantes la estudien con el debido cuidado. Pocos votantes están dispuestos a leer las 300 páginas de la acusación del fiscal Nisman contra la presidenta, pocos votantes leyeron la decisión del juez Rafecas, la insistencia del fiscal Gerardo Pollicita o la desestimación de la Cámara de Casación.

Dado que acceder a información es costoso, en tiempo, dinero y esfuerzo, los votantes utilizan atajos informativos para asentar posturas y para tomar decisiones. A la hora de votar, la etiqueta partidaria y los pronunciamientos ideológicos ayudan a los votantes a identificar políticos con los cuales tienen

afinidad. Del mismo modo, actores políticos y periodísticos en el caso *#Nisman* les permiten a los votantes tomar posturas y acceder a información que ellos consideran relevante sin tener que invertir tiempo, dinero y esfuerzo.

Dado que la gran mayoría de los votantes no conocía ninguno de los detalles del caso *#Nisman*, la reconstrucción de las narrativas sobre su muerte fue armada rápidamente por la comunidad a partir de piezas que validaban la hipótesis de una conspiración. Esta hipótesis, desde la oposición, se centraba en evitar que el fiscal presentara "nuevas" pruebas al Congreso en la mañana del 19 de enero de 2015. Aun cuando el caso judicial contra la presidenta ya había sido ingresado en el juzgado de Lijo y cuando la posibilidad de que Nisman presentara nuevas pruebas en el Congreso era altamente improbable, la narrativa que se construyó desde la comunidad opositora reificó la hipótesis de la destrucción de pruebas como motivo para el crimen del fiscal.

No es de extrañar que el segundo tuit de mayor circulación fuera el que publicó el periodista Gabriel Levinas, productor del programa *Periodismo para Todos*.

Como muestra la Figura 9, al igual que en el caso de la encuesta de Nik, el segundo tuit que más circuló respecto del caso *#Nisman* fue extensamente difundido pero sólo en el interior de la comunidad opositora. Es decir, las distintas piezas del caso que explican las hipótesis de las distintas comunidades sólo circulan entre dichas comunidades, lo que valida la percepción de que las pruebas son extraordinariamente abundantes y sobre dichas pruebas existe un amplio consenso. Por supuesto, este amplio consenso difícilmente se extiende a la comunidad vecina del caso *#Nisman*.

Golpe blando

Así como la evidencia de una conspiración criminal para asesinar a *#Nisman* y destruir las pruebas de un pacto secreto con Irán sólo circuló por los barrios opositores de la geografía de Twitter, la evidencia de una conspiración para desplazar a Cristina Fernández de Kirchner mediante un golpe blando ejecutado a través del sistema judicial sólo circuló a su vez entre los barrios de Twitter cercanos al gobierno.

Aun cuando en los 40 días que siguieron a la muerte de Alberto Nisman la intensidad de la reacción mediática fue menor entre los actores afines al gobierno, la contranarrativa de un intento de desestabilización apuntó en tres direcciones principales. En primer lugar, la narrativa oficial buscó mostrar que el escrito de acusación de la presidenta no pudo salir de la lapicera del fiscal (o siquiera de un abogado), dado que no atendía a las formas propias de una acusación criminal para ser presentado ante el juez. Por tanto, en segundo lugar, que *#Nisman* fue el chivo expiatorio de una operación política de la cual él fue en primera instancia partícipe y, en segunda instancia, víctima.

En tercer lugar, la narrativa oficial buscó mostrar que *#Nisman* no era un mártir de la AMIA sino un fiscal corrupto, al servicio de actores de la inteligencia internacional. Las distintas piezas del rompecabezas circularon ampliamente entre los usuarios vinculados a la red del gobierno en el caso *#Nisman*, pero con muy poca exposición entre la comunidad opositora.

Al igual que en los dos casos anteriores, la Figura 9 muestra que el mensaje de CFKArgentina tuvo sólo unos pocos retuits que circularon en el núcleo duro de la oposición. Este fue también el caso con la gran mayoría de las otras publicaciones durante los días posteriores a la muerte del fiscal Nisman. En los meses siguientes, el nivel de actividad opositor fue declinando de forma permanente, mientras que con cada revés judicial del caso *#Nisman* la cantidad de tuits favorables al gobierno fue subiendo. En la lucha entre narrativas, el tiempo llevó a un cambio en el tamaño de las audiencias pero no en su segregación política.

Cambios en las narrativas y diálogo entre comunidades

La característica más importante de la polarización, tal como es observada en el caso *#Nisman*, es la continuidad de las comunidades antes que la continuidad de las narrativas. A lo largo de los meses que siguieron a la muerte de Alberto Nisman, los motivos, la evidencia y las condiciones del caso que explican la muerte del fiscal fueron cambiando.

Estos cambios fueron editorializados por los usuarios de Twitter, quienes desde el campo del gobierno y desde la oposición argumentaron que las inconsistencias del otro grupo eran intentos de deslindar responsabilidades. El ejemplo más visible fue el cambio de posición de Cristina Fernández de Kirchner, quien públicamente apoyó en primera instancia la hipótesis del suicidio y un par de días después comenzó a defender una conspiración para realizar un golpe blando.

La respuesta a los cambios de narrativa fue veloz y cargada de sarcasmo, y presentó los cambios de posición como evidencia de la necesidad de explicar inconsistencias de un caso que, por tanto, no podía ser otra cosa que un crimen de Estado.

Los cambios de narrativa, sin embargo, son una de las pocas ocasiones en las cuales se producen diálogos entre comunidades, en lugar de que estos se produzcan exclusivamente en el interior de ellas. Efectivamente, los cambios de narrativa también obligan a una disputa por la interpretación de eventos sobre los cuales los distintos actores están de acuerdo. A partir del cambio de narrativa del gobierno, la hipótesis del asesinato pasó a ser común a todos los usuarios de Twitter, aun cuando los motivos que fueron aducidos para el asesinato difirieron radicalmente entre los distintos actores.

Una vez que todos los actores comenzaron a hablar del mismo tema, quedó desactivada una de las fuentes más importantes del sarcasmo tuitero: la del descrédito por el absurdo. Sólo quedó la queja, como muestra Malcom Gomez, de quien lamenta tener que compartir el chiste.

Segregados e informados

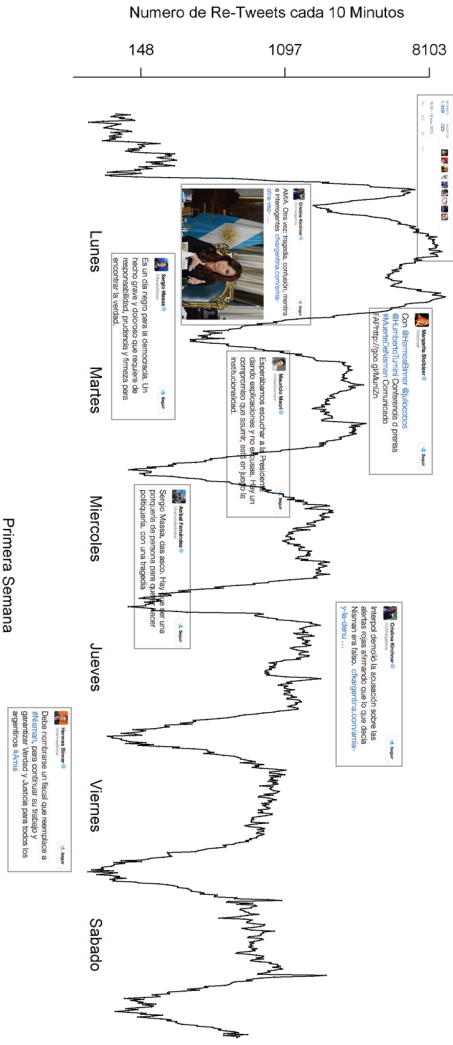
La segregación de los usuarios de Twitter en distintas comunidades es sin duda una fuente de polarización política que no depende tan sólo de las preferencias originarias de sus miembros sino también, en gran medida, de los mecanismos de transmisión de información que están codificados en las tecnologías de las redes sociales.

Cada día se publican 500 millones de tuits en todo el mundo. Tan sólo en el primer día del caso *#Nisman*, se publicaron 800.000 tuits relativos al caso. Dado que los usuarios no pueden leer esta masa de información, Twitter produce algoritmos que leen, interpretan, cortan, pegan y publican la información que debería ser de interés para los usuarios. Los algoritmos que usan las redes sociales están fuertemente sesgados. En primera instancia, hacia el grupo de usuarios que uno sigue ("amigos"). En segunda instancia, hacia aquellos temas que están *trending* (marcando tendencia), es decir, sobre los que habla el resto del universo tuitero. El resultado de este mecanismo de jerarquización de la información es también la consolidación de comunidades de interés que tienen su origen en diferencias reales entre usuarios pero que, a su vez, aumentan la homogeneidad del grupo de pertenencia.

Para el análisis político, la segregación informativa nos devuelve mapas políticos expresivos, que se ajustan al mundo de la vida virtual en el cual tanto el gobierno como la oposición habitan. Por otro lado, para la vida política, la segregación informativa le devuelve a cada usuario un mapa del mundo en el que sus ideas son siempre las de la mayoría. Poco importa que esa mayoría sea local y que tan sólo del otro lado de la frontera las ideas con las que comulga la mayoría sean totalmente distintas.

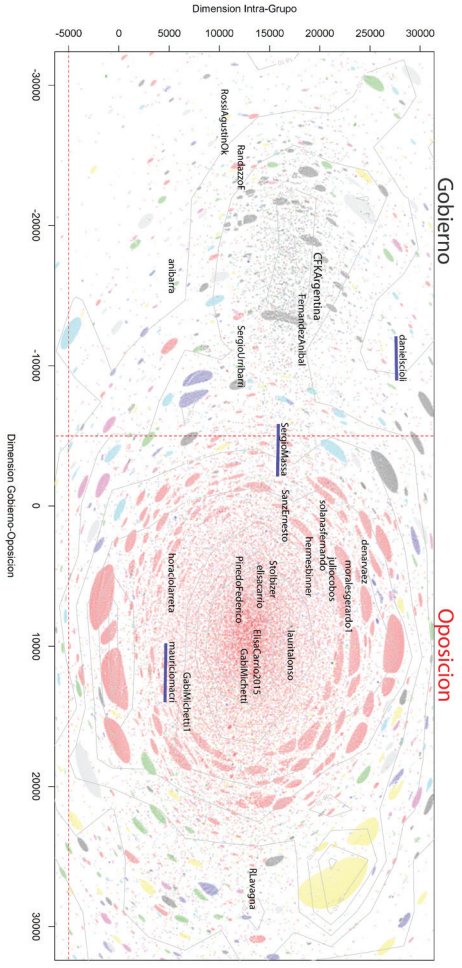
En Twitter todos vivimos en un mundo en el cual nuestras ideas son aceptadas, repetidas y celebradas por comunidades localmente mayoritarias. Con ellas celebramos, insultamos y nos movilizamos, con el objetivo de derrotar la irracionalidad, el cinismo y la falta de sentido común de esa pequeña comunidad que piensa distinto que todos nosotros.

Figura 1: Número de retuits publicados cada 10 minutos, 18 al 24 de enero, 2015.



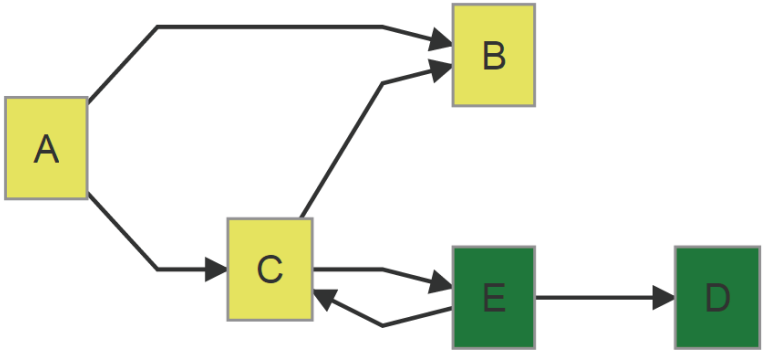
Nota: durante la semana del 18 al 24 de enero se publicaron un total de 2.350.000+ tuits sobre el caso Nisman, de los cuales 1.600.000+ fueron retuits. Esto equivale a casi 4 retuits por segundo o casi 1.000 libros de 200 páginas cada uno.

Figura 2: El mapa de la política argentina visto a través de los retuits del caso #Nisman.



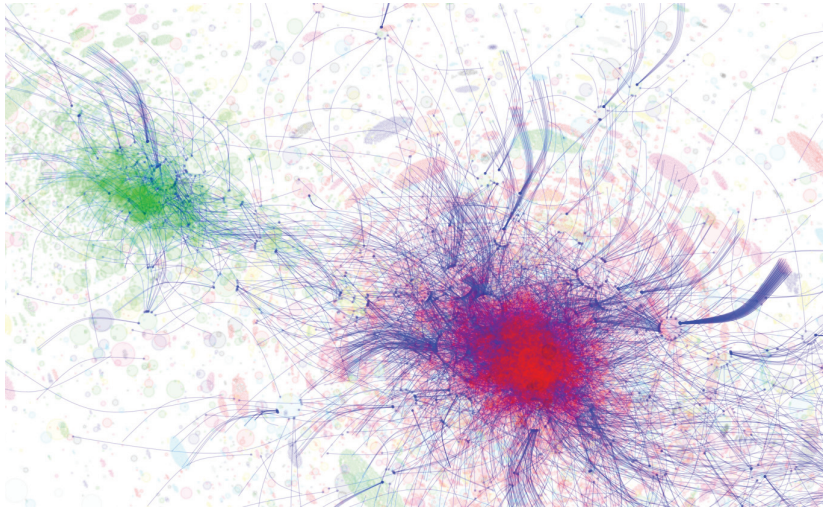
Nota: los círculos de colores describen tuiteros (puntos) o comunidades (combinaciones de puntos) identificadas mediante el algoritmo Walktrap, con el gobierno a la izquierda (gris) y la oposición en el centro (rojo). Las posiciones en el mapa fueron estimadas usando el algoritmo de Fruchterman-Reingold y el paquete estadístico R 3.12. Para calcular las posiciones y comunidades descriptas en el mapa se requiere poco más de 6 horas y 20 procesadores en línea en la supercomputadora de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Maryland (BSwift). Las etiquetas describen la posición de una selección de actores políticos mediante sus cuentas oficiales de Twitter.

Figura 3: Red direccional de cinco usuarios



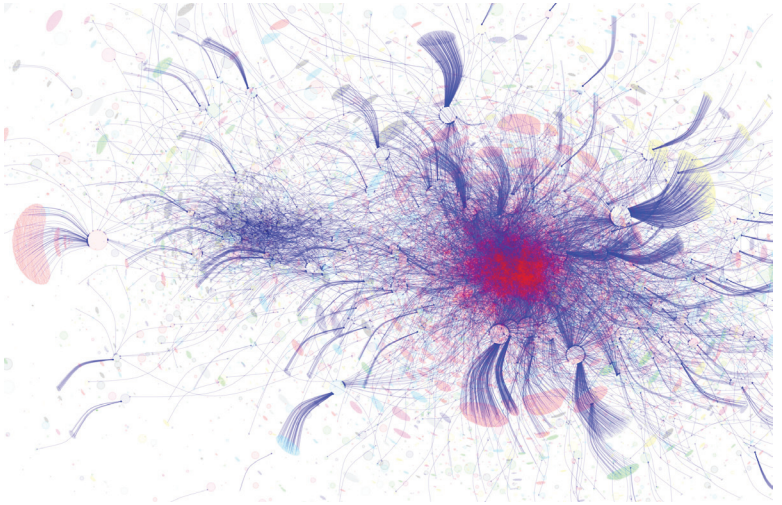
Nota: la flecha que sale de un nodo se denomina *hub*, mientras que el nodo que recibe la flecha se denomina "autoridad". Podemos analizar los flujos de información en Twitter a partir de medir qué usuarios retuitean la información de otros usuarios. Es decir, a partir de ver *hubs* que publican la información producida por "autoridades".

Figura 4: Flujo de información, red de Twitter, 18 de febrero de 2015. Tuits con menciones a Berni y Milani.



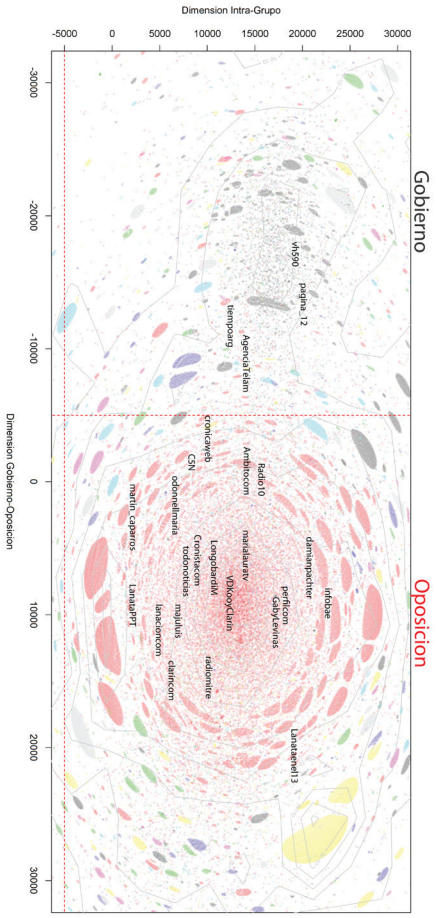
Nota: los puntos describen la ubicación de los usuarios de Twitter el 18 de febrero de 2015. Las líneas azules son flechas que indican qué información de las distintas "autoridades" en la red está siendo retuiteada por otros usuarios (*hubs*). Los "mechones" muestran claramente la estructura jerárquica de la transmisión de información, que sale de un número limitado de autoridades y es retuiteada por un alto número de usuarios. El gobierno, en color verde, se encuentra a la izquierda. La oposición, en rojo, se encuentra a la derecha en la Figura 4.

Figura 5: Flujo de información, red de Twitter entre 18 de enero y 27 de febrero. Tuits con menciones a Stiuso y Lagomarsino.



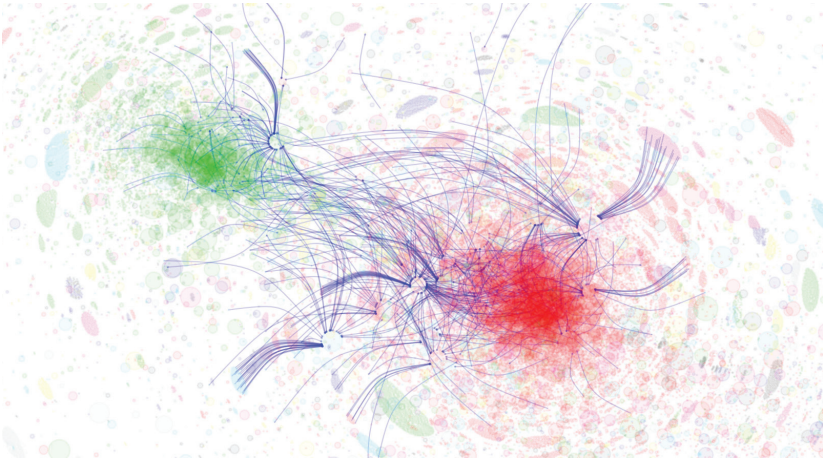
Nota: los puntos describen la ubicación de los usuarios de Twitter utilizando la data entre el 18 de enero y el 27 de febrero de 2015. Las líneas azules son flechas que indican qué información de esas "autoridades" está siendo retuiteada por otros usuarios (*hubs*). Los "mechones" muestran claramente la estructura jerárquica de la transmisión de información, que sale de un número limitado de autoridades y es retuiteada por un alto número de usuarios.

Figura 6: El mapa de los medios visto a través de los retuits del caso #Nisman.



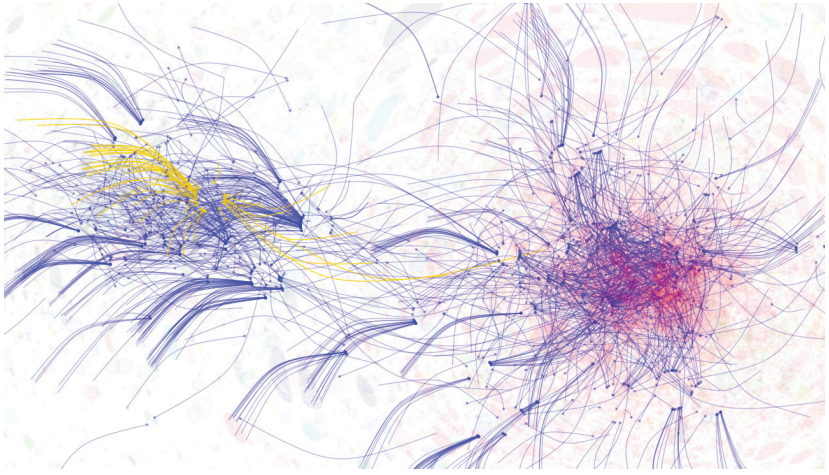
Nota: los círculos de colores describen tuiteros (puntos) o comunidades (combinaciones de puntos) identificadas mediante el algoritmo Walktrap, con el gobierno a la izquierda (gris) y la oposición en el centro (rojo). Las posiciones en el mapa fueron estimadas usando el algoritmo de Fruchterman-Reingold y el paquete estadístico R 3.12. Para calcular las posiciones y comunidades descriptas en el mapa se requiere poco más de 6 horas y 20 procesadores en línea en la supercomputadora de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Maryland (BSwift). Las etiquetas describen la posición de una selección de actores políticos mediante sus cuentas oficiales de Twitter.

Figura 7: Diálogos (retuits) que mencionan al juez Daniel Rafecas luego de que fuera rechazada la denuncia del fiscal, 26 de febrero, 2015.



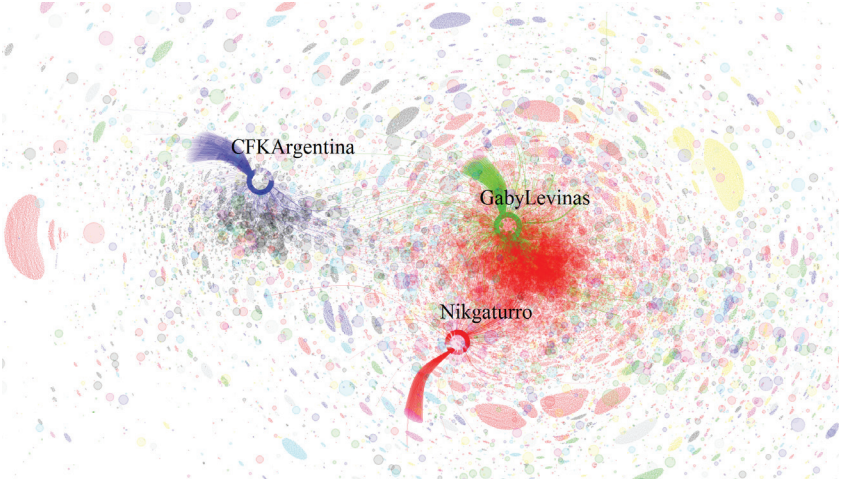
Nota: los distintos círculos de colores describen comunidades de tuiteros identificadas mediante el algoritmo Walktrap, con el gobierno a la izquierda (gris) y la oposición en el centro (rojo). Las posiciones en el mapa fueron estimadas usando el algoritmo de Fruchterman-Reingold. Las líneas azules describen a quienes retuitean mensajes producidos por otros usuarios.

Figura 8: Diálogos (retuits) que mencionan al juez Daniel Rafecas entre el 18 y el 27 de febrero, 2015. Las líneas amarillas distinguen los tuits de Aníbal Fernández.



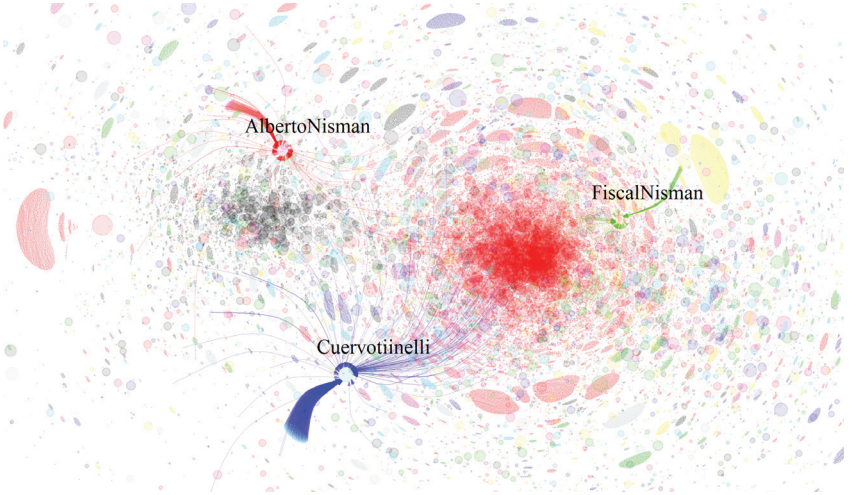
Nota: los puntos describen la ubicación de los usuarios de Twitter utilizando la data entre el 18 de enero y el 27 de febrero de 2015. Las líneas azules son flechas que indican qué información de esas "autoridades" está siendo retuiteada por otros usuarios (hubs). Los "mechones" muestran claramente la estructura jerárquica de la transmisión de información, que sale de un número limitado de autoridades yes retuiteada por un alto número de usuarios. Las líneas amarillas describen los retuits de aquellos mensajes que fueron publicados por el ministro Aníbal Fernández relativos a la decisión del juez Daniel Rafecas.

Figura 9: Tres ejemplos de difusión de información en el caso #Nisman.



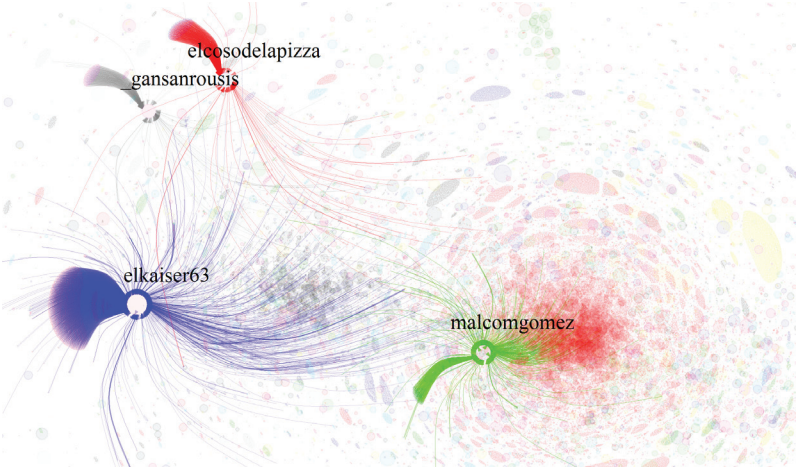
Nota: los distintos círculos de colores describen comunidades de tuiteros identificadas mediante el algoritmo Walktrap, con el gobierno a la izquierda (gris) y la oposición en el centro (rojo). Las posiciones en el mapa fueron estimadas usando el algoritmo de Fruchterman-Reingold. Las líneas azules describen a quienes retuitean mensajes producidos por otros usuarios.

Figura 10: Cuentas truchas de @AlbertoNisman, @FiscalNisman y @CuervoTiinelli.



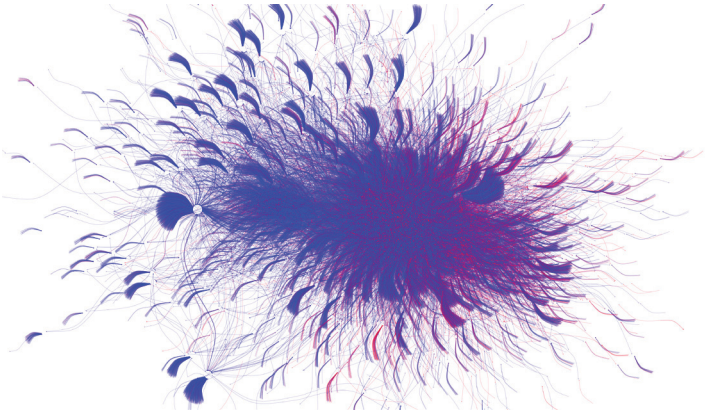
Nota: las líneas describen retuits de los mensajes enviados desde las cuentas falsas @AlbertoNisman, @FiscalNisman y @Cuervotiinnelli.

Figura 11: Los *Fakes* @elcosodelapizza, @elkaiser63 y @malcomgomez.



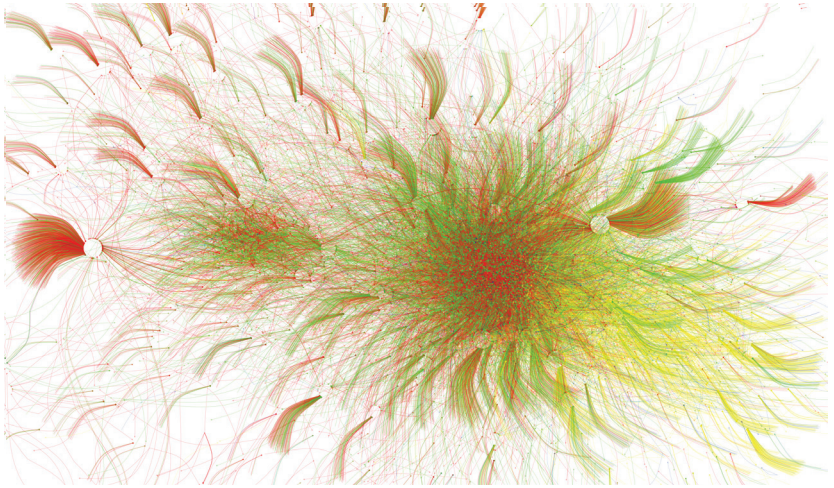
Nota: las líneas describen retuits de los mensajes enviados desde las cuentas falsas @AlbertoNisman, @FiscalNisman y @Cuervotiinnelli.

Figura 12: Retuits por tipo de dispositivo electrónico usado. Las líneas azules describen usuarios con sistemas Android. Las líneas rojas describen usuarios con iPhone o iPad.



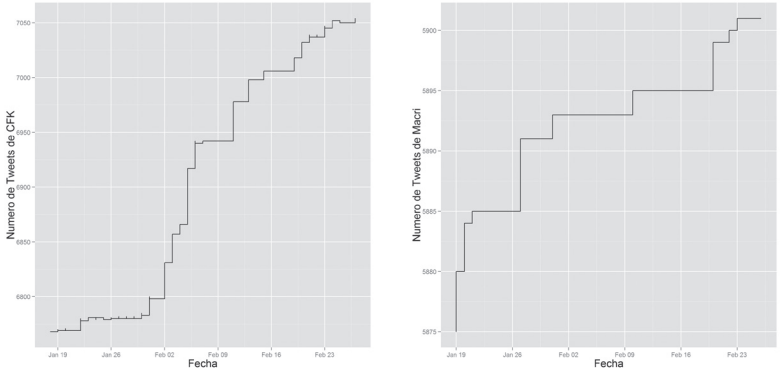
Nota: las líneas describen retuits con colores que distinguen el tipo de dispositivo utilizado para reenviar la información (Android en azul y iPhone/iPad en rojo). La distribución de puntos en el mapa corresponde con la disposición de la red descripta en capítulos anteriores.

Figura 13: Retuits por tipo de ciudad de origen. Brasilia en líneas rojas, Caracas en amarillo, Santiago en verde y Hawái en azul.



Nota: las líneas describen retuits con colores que distinguen la ciudad de origen. Brasilia en rojo, Caracas en amarillo, Santiago en verde y Hawái en azul.

Figura 14: Número de tuits totales publicados por @CFKArgentina y @mauriciomacri en los primeros 40 días del caso *#Nisman*.

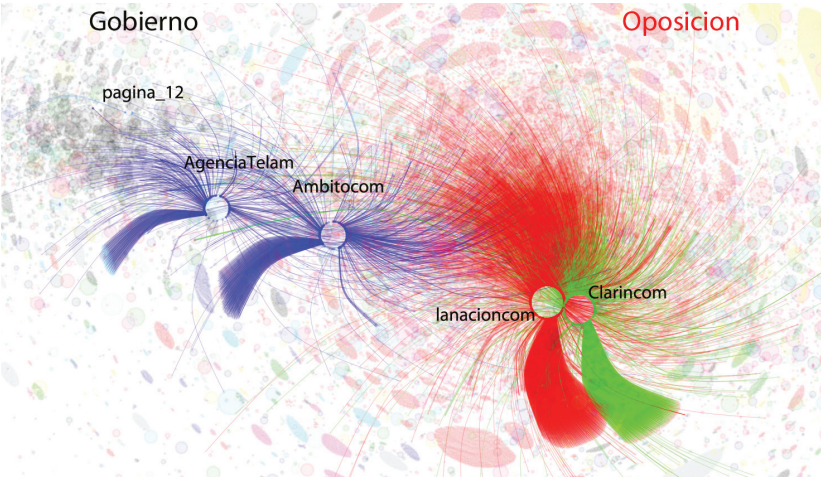


Nota: las líneas describen el número de tuits publicados entre el 19 de enero y el 28 de febrero de 2015.

Figura 15: Retuits en la elección para gobernador de Santa Fe, 14 de junio, 2015.

Nota: comunidades de tuiteros en la elección para gobernador de Santa Fe, 14 de junio, 2015. Los círculos describen tuiteros con comunidades identificadas mediante el algoritmo Walktrap. Las posiciones en el mapa fueron estimadas usando el algoritmo de Fruchterman-Reingold.

Figura 16: La Guerra de Medios



Nota: las líneas describen retuits de los mensajes enviados desde las cuentas de @lanacioncom, @clarincom, @ambitocom, @AgenciaTelam y @pagina_12. No hubo retuits con el término "Nisman" de publicaciones de @TiempoArgentino.

View publication stats