



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

La polarización como estrategia comunicacional y política en las redes sociales
María Lucía Sánchez, Lucas Martín Pérez Pallavicini y Yemina López
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 8, N.º 1, noviembre 2022
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La polarización como estrategia comunicacional y política en las redes sociales

*Polarisation as a Communication and Political Strategy
in Social Networks*

María Lucía Sánchez

luciasanchezcolman@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3488-2876>

Lucas Martín Pérez Pallavicini

lucaspallavicini96@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5950-5295>

Yemina López

yemina.lopez@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6634-440X>

Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE)
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

En este trabajo, como parte del equipo docente del Taller de Producción de Textos Políticos, buscamos reflexionar respecto de la polarización, un signifiante en disputa en el esquema de la comunicación política. En este sentido, indagamos en la polarización como estrategia comunicacional con incidencia en el entorno digital y también fenómeno descriptivo de la actualidad social y política. Al respecto, consideramos a *Twitter* como la red social clave en este contexto. Es así que, referentes de la política como Patricia Bullrich, hacen uso de esta herramienta para polarizar, generar debates y confrontaciones entre la política, la ciudadanía y los medios de comunicación.

Palabras clave

Polarización, comunicación política, estrategia comunicacional, planificación, redes sociales.

Abstract

In this paper, as part of the teaching team of the Political Texts Production Workshop, we seek to reflect on polarisation, a disputed signifier in the scheme of political communication. In this sense, we investigate polarisation as a communication strategy with an impact on the digital environment and also as a descriptive phenomenon of social and political current affairs. In this regard, we consider Twitter as the key social network in this context. Thus, political figures such as Patricia Bullrich make use of this tool to polarise, generate debates and confrontations between politics, citizens and the media.

Keywords

Polarisation, political communication, communication strategy, planning, social networks.

En el Taller de Producción de Textos Políticos¹ trabajamos desde un abordaje comunicacional de las diferentes narrativas, géneros y formatos que protagonizan la comunicación política en la actualidad. Y desde este lugar, realizamos un trabajo de manera procesual que consiste en una planificación prospectiva en donde los/as/es estudiantes producen, en el transcurso del cuatrimestre, una estrategia comunicacional y política de un/a/e referente político/a/que o una institución.

Desde esta perspectiva abordamos la producción de textos hacia el interior de esta lógica y de la escritura desde la tríada de texto/contexto y autor/a/e. Desde este lugar, comprendemos que todo proceso de comunicación política requiere de una planificación comunicacional. En la definición de la estrategia, los/as/es estudiantes trabajan en la elaboración de un diagnóstico situacional con una mirada prospectiva.

Esto implica que, como comunicadores/as/es políticos/as/ques desarrollamos un posicionamiento analítico y una proyección a futuro que conduzca a determinar posibles acciones y narrativas. En este sentido, «partimos de pensar, en este taller, que quienes trabajamos en comunicación política observamos el panorama completo y debemos tener la capacidad de traducir aquellas marcas que reconocemos como simbólicas» (López & Perez Pallavicini, 2021, p.4).

La propuesta pedagógica del taller contempla que este proceso sea realizado de manera reflexiva y argumentativa con la finalidad de conocer la relevancia de los/as/es actores y actrices sociales, sus relaciones y experiencias, los territorios y espacios en donde se enmarcan y el contexto que los/as/es atraviesa. En la elaboración del diagnóstico, cobra relevancia el análisis de las redes sociales que protagonizan hoy la comunicación política como lo son *Twitter, Facebook, Instagram*

y *Tik Tok*, entre otras. Esta indagación resulta una de las claves de abordaje para conocer las estrategias comunicacionales del campo político y sus mediaciones.

Redes sociales polarizadas

Las redes sociales forman parte de manera indiscutible en la vida cotidiana y allí se encuentra la ciudadanía, la política y los medios de comunicación. Actualmente el ecosistema mediático digital conforma un engranaje (Zuazo & Arugúete, 2021, p. 136) en la construcción de agenda y la política también se encuentra activa en la disputa.

De esta manera, nos interesa abordar en este artículo cómo desde *Twitter* se producen estrategias que tienden a polarizar las disputas que suceden en la red, en el plano de lo simbólico, pero que de alguna manera, trascienden el entorno digital con acciones concretas.

Por un lado, comprendemos que la polarización es un significante que está presente en la discusión comunicacional y política en los últimos años. También conocida como «la grieta» o «la ancha avenida del medio», este significante fue enunciado en primera medida por los medios de comunicación hegemónicos. En su rol de formadores de sentido común, asociaron a la clase política y a un sector como el formador de la grieta: el kirchnerismo, y en particular a la figura de Cristina Fernández de Kirchner.

Este significante de connotación negativa luego fue tomado por la política y actualmente es parte de la agenda de ambos sectores. Particularmente, en primera instancia, por el partido del PRO y en segunda, por la coalición de Juntos por el Cambio. Este sector político también es permeable a la idea de responsabilizar al kirchnerismo como el que polariza a la sociedad y produce fisuras. Sin embargo, la disputa por la enunciación de este significante está presente tanto en el kirchnerismo como en la coalición del PRO.

Desde nuestra mirada, nos acercamos a comprender a la polarización como un «desacuerdo social políticamente binarizado» (Casullo & Ramírez, 2021, p. 63), en el que observamos que las redes sociales son un escenario clave en donde tienen lugar estos desacuerdos e incluso, forman parte de la intencionalidad de comunicación de los/as/es políticos/as/ques. En la actualidad, podemos observar que diferentes niveles de polarización se manifiestan tanto hacia el interior como el exterior del oficialismo, representado por el Frente de Todos/as/es y la oposición, por Juntos por el Cambio. En este punto, la emergencia de las ideologías de extrema derecha es otro factor que incide en las disputas simbólicas en torno a la grieta.

Twitter, el discurso de la confrontación

En el Taller trabajamos con *Twitter* a partir de comprender que esta es una red social clave de la comunicación política, en la que el campo de la política difunde su gestión, actividades diarias a través de tuits o hilos, además de también retuitear contenido de otros perfiles. «Es que la lógica de Twitter tiene que ver con la propuesta de la propia plataforma de participar en un diálogo comunitario en tiempo real» (Van Dijk, 2016, p. 76).

Este diálogo sucede en muchas oportunidades a partir de la constante confrontación, el agravio e incluso la amenaza. La incidencia de perfiles *bot* o *trolls*, justamente aporta a la conformación de narrativas que difunden discursos con estas características y que, mediante el uso del lenguaje, aportan a la construcción de realidades.


En este trabajo, nos interesa revisar en particular el uso de *Twitter* por parte de Patricia Bullrich, presidenta del PRO. Observamos que en este caso, la construcción de la estrategia de comunicación responde a la intencionalidad de difundir mensajes con el objetivo de generar desacuerdos y polarizar al extremo. Si analizamos los diferentes contenidos producidos por Bullrich, podemos evidenciar una clara estrategia de confrontación y polarización con el peronismo, el Frente de Todos/as/es y -principalmente- con la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner.

Se construye en la narrativa de los/as/es referentes de Juntos por el Cambio una polarización ellos/as/es nosotros/as/es que busca posicionarlos/as/os como los/as/es defensores de la democracia y los/as/es referentes/as de la «buena política».

Tomamos como muestra para el análisis el siguiente ejemplo, que se ubica temporalmente después del intento de magnicidio a la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner, y en el que identificamos algunos elementos de interés. Si analizamos en clave de texto, contexto y autor/a/e, la estrategia de Bullrich con este tuit está relacionada directamente con la confrontación.

En primer lugar, contra el presidente Alberto Fernández y su decisión de decretar el feriado; en segundo lugar, el contexto de producción de este mensaje es posterior a la pronunciación de otros referentes de la política y de la propia coalición como Horacio Rodríguez Larreta y Mauricio Macri. La estrategia de Bullrich apunta directamente a la búsqueda de una diferenciación política en el interior de la coalición, ya que no pronuncia palabras de apoyo o reflexión respecto del hecho, sino que construye el desacuerdo permanente y además, relativiza la violencia como un acto individual.



Patricia Bullrich 
@PatoBullrich

...

El presidente está jugando con fuego: en vez de investigar seriamente un hecho de gravedad, acusa a la oposición y a la prensa, y decreta un feriado para movilizar militantes. Convierte un acto de violencia individual en una jugada política. Lamentable.

12:31 a. m. · 2 sept. 2022 · Twitter for Android

Tuit extraído de la cuenta oficial de *Twitter* de la dirigente del PRO, Patricia Bullrich, en referencia al intento de magnicidio perpetrado contra la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner

En segundo lugar, analizamos en clave de la tríada, otro tuit publicado por Bullrich, el 29 de agosto. Allí la dirigente enuncia, mediante un video, que «nosotros tenemos que mostrar que somos capaces de manejar el poder y que no nos corre ninguna Cristina desde la esquina de su casa» (Bullrich, 2022).

En este segundo caso, identificamos que la estrategia está orientada hacia la confrontación particularmente contra Cristina Fernández de Kirchner. El uso del pronombre «nosotros», refiere a Juntos por el Cambio y se contrapone a un «ellos» del que pretenden distanciarse políticamente. Y respecto de esta estrategia, también la llevó a cabo el diputado nacional Ricardo López Murphy, quien también en la misma fecha, tuiteó: «Son ellos o nosotros. Es orden o es caos».

Es decir que, este despliegue simbólico forma parte de una estrategia conjunta. Cabe destacar que, como se mencionó anteriormente, esta construcción discursiva del PRO y Juntos por el Cambio está articulada con la pronunciación de los valores de la democracia, la república y la libertad, ejes que comenzaron a instalar en la campaña de 2019.

La importancia de una estrategia planificada

Para finalizar, consideramos pertinente retomar lo desarrollado en los párrafos iniciales respecto de la planificación prospectiva. Como dijimos, todo proceso de comunicación política requiere de una planificación organizada y acorde al contexto.

De esta manera, con objetivos claros y realizables a largo plazo las acciones, ejes discursivos y mensajes a difundir la estrategia estará fortalecida.

Respecto de las redes sociales, la planificación es crucial para adaptar la propuesta a los diferentes contratos de lectura que cada una propone y a los públicos que las habitan. A su vez, la etapa de la evaluación también es clave para identificar la concordancia de la propuesta y realizar cambios en caso que sea necesario.

En el caso de *Twitter*, la propuesta narrativa tiene relación con el desarrollo de textos, opiniones y la búsqueda de diálogos, como así también de confrontaciones y polarizaciones. Es importante tomar una actitud analítica y considerar una estrategia acorde para esta red, en clave de texto, contexto, autor/a/e.

Como vimos en los ejemplos de Patricia Bullrich, allí se manifiesta la estrategia planificada y acorde a una mirada comunicacional y política que se articula con la mirada ideológica del propio partido que preside. Identificamos que en esta estrategia están presentes las mediaciones entre los medios de comunicación, la ciudadanía y la política. En este sentido, la estrategia comunicacional y política de Bullrich está orientada a constituir relaciones de poder mediante los mecanismos simbólicos que pone en juego en *Twitter*. Allí el uso del lenguaje, la propuesta de los mensajes, interacciones y uso de herramientas como el hashtag contribuyen a la intención de polarizar y generar diferenciaciones hacia el interior y exterior de su espacio político.

Referencias

Aruguete, N. & Zuazo, N. (2021). «¿Polarización política o digital? Un ecosistema con todos los climas». En Quevedo & Ramírez (Coord.). *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*. Intelectual.

Bullrich, P. [@PatoBullrich]. (29 de agosto de 2022). *Tenemos que demostrar que somos capaces de manejar el poder y que no nos corre ni Cristina de la esquina* [Tuit]. <https://bit.ly/3erangN>

Bullrich, P. [@PatoBullrich]. (2 de septiembre de 2022). *El presidente está jugando con fuego en vez de investigar seriamente un hecho de gravedad, acusa a la oposición* [Tuit]. <https://bit.ly/3T0HOWv>

Casullo, M. E. & Ramírez, I. (2021). «Anatomía de la polarización política en Argentina». En Quevedo & Ramírez (Coord.). *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*. Intelectual.

López Murphy, R. [@rlopezmurphy].(29 de agosto de 2022). *Son ellos o nosotros. Es orden o es caos. Se avecinan tiempos difíciles, porque nos enfrentamos a una banda de delincuentes* [Tuit] <https://bit.ly/3VuNWaU>

López, Y. & Pérez Pallavicini, L.M. (2021). «Texto, contexto y autor/a/e: la importancia de leer y escribir lo político pensando en la tríada comunicacional». *Actas de Periodismo y Comunicación Social* (7). <https://bit.ly/3T5U33W>

Van Dijk, J.(2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Notas

¹ El Taller es una materia del segundo cuatrimestre del segundo año de la Tecnicatura en Comunicación Pública y Política que propone un recorrido por los diferentes textos políticos que componen la comunicación pública y política. El equipo docente está conformado por las profesoras Lucía Sánchez y Yemina López, y los/as/es adscriptos/as/es Celina Piñero, Ana Iglesias y Lucas Pérez Pallavicini.