

De la plaza pública a la privada: de *Twitter* a *Telegram*

From the public arena to the private arena: from *Twitter* to *Telegram*

Sandra Sanz-Martos

Sanz-Martos, Sandra (2023). "De la plaza pública a la privada: de *Twitter* a *Telegram*". *Anuario ThinkEPI*, v. 17, e17a39.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a39>

Publicado en *IweTel* el 28 de noviembre de 2023

Sandra Sanz-Martos

<https://orcid.org/0000-0003-3028-852X>

<https://www.directorioexit.infolicha349>

Universitat Oberta de Catalunya

Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació

ssanzm@uoc.edu



Resumen: El uso que los movimientos sociales hacen de las redes sociales está en permanente evolución. Desde las movilizaciones del 11-M a través de SMS a la de los grupos ultras de noviembre de 2023, que utilizan principalmente la aplicación de *Telegram*, han cambiado los contenidos y la manera de organizarse. Lo que significó *Twitter* para el movimiento 15-M, que actuó como auténtica plaza pública, poco tiene que ver con la actividad de las redes sociales actualmente. Apenas queda espacio para las propuestas, el intercambio de ideas e información veraz. Mientras en 2004 se hablaba de inteligencia colectiva y multitudes inteligentes, en 2023 hablamos de desinformación y *fake news*. Y la cuestión es si es el tipo de plataforma o la naturaleza del movimiento lo que determina estos cambios de comportamiento.

Palabras clave: Movimientos sociales; Redes sociales; Inteligencia colectiva; Multitudes inteligentes; Desinformación.

Abstract: Social movements' use of social networks is constantly evolving. From mobilizing people after the 11-M Madrid bombings through SMS to extremist groups' mobilizing in November 2023 mainly through the application *Telegram*, content and the way organizing takes place have changed. What *Twitter* meant for the 15-M anti-austerity movement in Spain, serving as a true public arena, has little to do with social network activity today. There is hardly any space left for proposals, the exchange of ideas, and truthful information. While in 2004 there was talk of collective intelligence and crowd intelligence, in 2023 we are talking about disinformation and fake news. And the question is whether it is the type of platform or the nature of the movement that determines these changes in behavior.

Keywords: Social movements; Social networks; Collective intelligence; Crowd intelligence; Disinformation.

Seguramente fue a raíz de la movilización ciudadana como respuesta a todo a lo que aconteció en torno al atentado terrorista del 11-M en 2004, cuando los movimientos sociales comenzaron a dar uso a las aplicaciones de mensajería y, poco después, a las redes sociales. Reinghold lo recoge en la introducción de la edición española de su libro *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*:

"Tuve conocimiento del fenómeno cuando se hizo pública la noticia de que muchas manifestaciones se habían organizado y coordinado con mensajes SMS" (Reinghold, 2004).

Pero no sólo se convocaron manifestaciones, también se intercambiaba información de otras fuentes extranjeras que contradecían el mensaje oficial. A través de los SMS se comenzó a cuestionar la versión de los hechos que el gobierno quería transmitir y se promovía la movilización.

De algún modo, este fue un ensayo general de lo que tuvo que venir después: el surgimiento del movimiento 15-M de 2011. Esta movilización nació y creció en internet. Allí, además, se desarrolló con tanta o más fuerza que en las calles. La organización creó una página web donde publicar sus convocatorias y comunicados y relatar todo lo que sucedía en las plazas a través de su cuenta en *Twitter*, en la que también recogía ideas, apoyos, propuestas y consultas. *Twitter* se convirtió en el gran impulsor y escenario paralelo de estas protestas. La gente participaba, desde dentro o desde fuera de ellas, utilizando las etiquetas #acampadasol, #nonosvamos, #notenemosmiedo, #yeswecamp, entre otras. Los *hashtags* fueron cambiando para responder a necesidades informativas y por una cuestión estratégica: mantener el *trending topic* mundial. *Facebook* en menor medida, pero también fue un hervidero. De esto ya hablamos en otra nota publicada en este mismo anuario hace casi 10 años (Sanz-Martos, 2015).

A partir de ahí *Twitter* se convirtió en “la plaza pública” y hasta hace bien poco acogió movimientos de gran repercusión como el movimiento #MeToo. Éste comenzó en octubre de 2017, cuando la actriz Alyssa Milano alentó a más mujeres a compartir sus experiencias de acoso sexual utilizando el *hashtag* #MeToo en respuesta a las revelaciones de acusaciones de conducta sexual inapropiada y agresión sexual en la industria del entretenimiento, en particular contra el productor de cine Harvey Weinstein. El movimiento se extendió rápidamente en *Twitter* y luego se amplió a otras plataformas de redes sociales, incluyendo *Facebook* e *Instagram*.

El *hashtag* #MeToo se convirtió en un símbolo de solidaridad para las personas que habían experimentado acoso o agresión sexual, y muchas compartieron sus historias para destacar la magnitud del problema y crear conciencia sobre la prevalencia de este tipo de comportamiento en diversas industrias y entornos sociales. ¿Quizás fue el último movimiento que ha utilizado *Twitter* como principal plataforma de organización y difusión?

Herederos del #MeToo fue el #8M de 2018 que tuvo especial repercusión en España y fue altamente observado desde Europa. Las periodistas españolas se hicieron altavoz del clamor femenino del país y organizaron su particular protesta con el movimiento #LasPeriodistasParamos a través de *Telegram* (Bernal-Triviño; Sanz-Martos, 2020).

Poco después, encontramos otro ejemplo en el activismo catalán independentista, que creó en 2019 la plataforma *Tsunami Català* y también tomó como lugar de convocatoria virtual la aplicación de mensajería *Telegram*. Llegando a situarse entre las que poseen más seguidores del mundo según la web especializada *Telegram Analytics* (*La vanguardia*, 2019).

Por otro lado, la red social *TikTok* que en principio destacó por su gran capacidad para llegar a audiencias jóvenes, ha ido derivando también en un espacio de expresión política y activismo en aparente ejercicio de evolución hacia su madurez. De este modo, desde vídeos musicales con filtros y coreografías imposibles, la red *TikTok* ha evolucionado hacia temáticas que aprovechan su formato de vídeo corto para llegar a otros colectivos.

Cada vez son más frecuentes los vídeos de contenido político más o menos fiables. En este sentido, la plataforma ha manifestado su preocupación por la proliferación de las *fake news* entre sus contenidos. Tanto es así que *TikTok* ha declarado que estaba actualizando su política de desinformación y ha puesto especialmente interés en señalar cualquier contenido que “cuestione el consenso científico bien establecido” sobre el calentamiento global. Su intención ha quedado bien clara: eliminará vídeos que contengan desinformación sobre la crisis climática (*El mundo*, 2023).

Más recientemente, y coincidiendo con el cierre de esta nota, durante el mes de noviembre de 2023, hemos vivido las manifestaciones en la calle Ferraz, frente a la sede del *PSOE* en Madrid. Los grupos ultras han hecho uso de aplicaciones de mensajería y redes sociales para organizar las protestas de estos días. *Telegram*, una vez más, ha sido la más utilizada, y se han identificado hasta 89 canales de este tipo, con los que han conseguido crear un efecto “bola de nieve” (*El confidencial*, 2023).

Hay quien atribuye el éxito de *Telegram* –como lugar donde alojar el activismo– a su laxa política de moderación de contenidos. Si a esto le sumamos su carácter privado, convierte a esta aplicación en un lugar de una elevada opacidad. Así pues, nos encontramos ante un escenario en el que, al parecer, los movimientos sociales y el activismo político están migrando de la “Plaza Pública” que fue en su día *Twitter* a dos espacios:

- *TikTok*, con su cuestionada fiabilidad de difícil detección, porque las imágenes tienen un alto poder de sugestión y son manipulables;
- *Telegram*, con su privacidad y escasa gestión de moderación crítica.

Sin embargo, la eficacia de *Telegram* para convocar y movilizar los grupos ha quedado altamente demostrada. Y también la de *TikTok* para hacer contenidos virales que, por cierto, tratándose de *fake news* se propagan con mucha mayor rapidez que los contenidos reales (Vosoughi; Roy; Aral, 2018).

Lo que no queda tan claro es si se conserva el espíritu de intercambio de propuestas y de ideas, más allá de la mera convocatoria o difusión masiva. ¿Podría significar este hecho que ha quedado atrás el poder de la inteligencia colectiva que tanto defendían **Lévy** (2004) y **Reingold** (2004)? Si los activismos político y social buscan “otros lugares” que se prestan a la desinformación y a la ausencia de debate público, ¿este hecho puede acabar poniendo en riesgo la esencia y el sentido de los mismos? ¿O en realidad depende de la naturaleza de cada movimiento social?

Confiemos en que como sociedad sepamos revertir la tendencia y volvamos a compartir información veraz, experiencias y conocimiento y actuemos como *Multitudes inteligentes* a través de las redes sociales. Lo que en su origen daba sentido, incluso, a las propias redes.

Referencias

Bernal-Triviño, Ana; Sanz-Martos, Sandra (2020) “Las periodistas paramos in Spain: Professional, feminisme, internet activism”. *European journal of communication*, v. 35, n. 4.
<https://doi.org/10.1177/0267323120903687>

El confidencial (2023). “Videos, caos y Telegram. Así han alentado los ultras el ‘asalto’ a Ferraz y al Congreso”. *El confidencial*, 8 noviembre.
https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2023-11-08/telegram-ferraz-ammnistia-vox-extrema-derecha-psoe_3769785/

El mundo (2023). “TikTok eliminará en su plataforma los videos que niegan el cambio climático”. *El mundo*, 20 abril.
<https://www.elmundo.es/tecnologia/2023/04/20/6440fbd21efa0f86a8b45c5.html>

La vanguardia (2019). “El canal de Telegram de *Tsunami democràtic*, entre los que tiene más seguidores del mundo”. *La vanguardia*, 1 noviembre.
<https://www.lavanguardia.com/politica/20191101/471312746093/telegram-tsunami-democratic-seguidores-mundo.html>

Lévy, Pierre (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Whashington D.C.
<https://ciudadanosconstituyentes.files.wordpress.com/2016/05/lc3a9vy-pierre-inteligencia-colectiva-por-una-antropologc3ada-del-ciberespacio-2004.pdf>

Reingold, Howard (2004). *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 8497840620

Sanz-Martos, Sandra (2015). “Movimientos sociales que intercambian información y aprenden. Plaza Podemos y la escuela de la PAH”. *Anuario ThinkEPI*, v. 9.
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2015.33>

Vosoughi, Soroush; Roy, Deb; Aral, Sinan (2018). “The spread of true and false news online”. *Science Journals*, v. 359, n. 6380, pp. 1146-1151.
<https://doi.org/10.1126/science.aap955>



SEDIC Rediseñando lo que somos para renovar lo que hacemos

<https://www.sedic.es>
<https://intranetsedic.es>
<https://formacionsedic.online>
c/Gargantilla 13, local 24 Madrid 28005
+34 639 186 570 | +34 91 593 40 59
sedic@sedic.es

 <https://twitter.com/SEDIC20>
 <https://www.facebook.com/AsociacionSEDIC>
 <https://www.linkedin.com/company/sedic/>
 <https://www.instagram.com/sedicasociacion/>