



Uso de redes sociales

Adscriptas LEDA | *Informe cualitativo* | RRSS | Julio 2024



Laboratorio de estudios sobre
democracia y autoritarismos
LEDA-LM_UNSAM



Programa de Estudios sobre
Autoritarismos y Democracia
LEDA-LICH_UNSAM

Coordinación

Micaela Cuesta
Lucía Wegelin

Análisis y redacción de las pasantes

Milagros De Luna
Josefina Papa

realización



Laboratorio de estudios sobre
democracia y autoritarismos
LEDA-LM_UNSAM

con el apoyo de



miembros

Dirección

Ezequiel Ipar

Coordinación

Micaela Cuesta
Lucía Wegelin

Equipo

Pablo Villarreal
Ramiro Parodi
Lucas Reydó
Sol Verónica Gui
Sergio Fasan
León Lewkowicz

Elementos del diseño muestral

Fecha de realización del trabajo de campo:

Entre el 7 y el 14 de septiembre de 2023

Se realizaron 10 grupos focales presenciales con participantes del AMBA.

Variables consideradas:

Perfil político: se determinó según el voto en la última elección presidencial, eligiendo votantes de:

- Unión por la Patria (2 grupos)
- La libertad Avanza (3 grupos)
- Juntos Por el Cambio (2 grupos)
- No fue a votar, voto blanco o nulo (3 grupos)

Edad: se armaron los grupos en función de 2 o 3 cortes de edad. según el grupo de votantes.

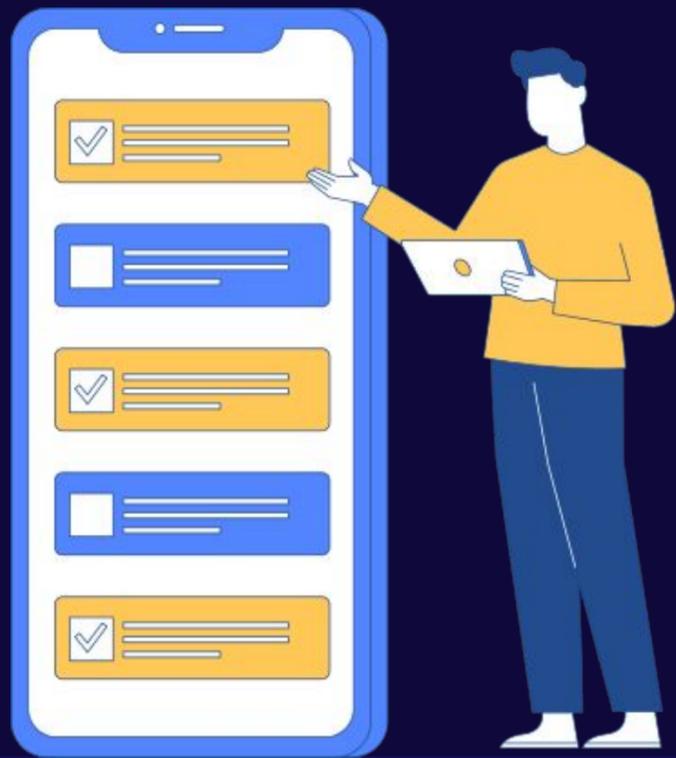
El trabajo de campo fue financiado con 3 proyectos PICT-FONCYT 2021/AGENCIA, dirigido cada uno por los investigadores Micaela Cuesta, Agustín Prestifilippo y Lucía Wegelin.



Índice

- INTRODUCCIÓN
- EJES DEL ANÁLISIS
 - Experiencias de uso de RRSS
 - Confianza y reconocimiento de *fake news*
 - Reconocimiento de la lógica de las RRSS: algoritmo
 - Las RRSS entre la libertad y la censura
- Conclusiones
- Referencias

INTRODUCCIÓN



¿Cuál es el objeto de este informe?

En la era digital redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram han transformado las interacciones sociales y el acceso a la información a nivel global. Este informe explora las diversas experiencias de uso así como las valoraciones de ellas por parte de los usuarios, contemplando su tipo de participación y las ventajas y desventajas que expresan en una comparación con los medios de comunicación tradicionales.

Frente al actual desafío de la desinformación y la advertencia de la manipulación algorítmica, los usuarios manifiestan un desconfianza general rebasada a través de estrategias adaptativas que aquí nos ocuparemos de reconstruir.

EJES DE ANÁLISIS



1 EXPERIENCIAS DE USO DE RRSS

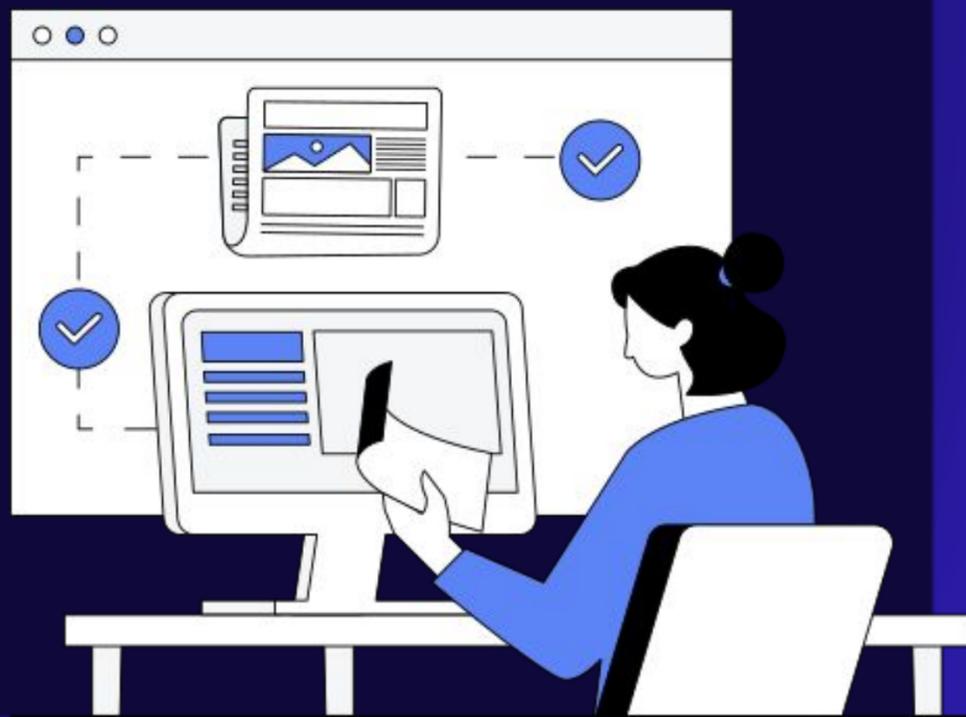
2 CONFIANZA Y RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS

3 RECONOCIMIENTO DE LA LÓGICA DE LAS RRSS: ALGORITMO

4 LAS RRSS ENTRE LA LIBERTAD Y LA CENSURA



I. EXPERIENCIAS DE USO DE RRSS



Usos

Tipología de Redes Sociales

Clasificación y comparación de las Redes Sociales según usos, funciones, objetivos y valoraciones

Tipos de Usuarios

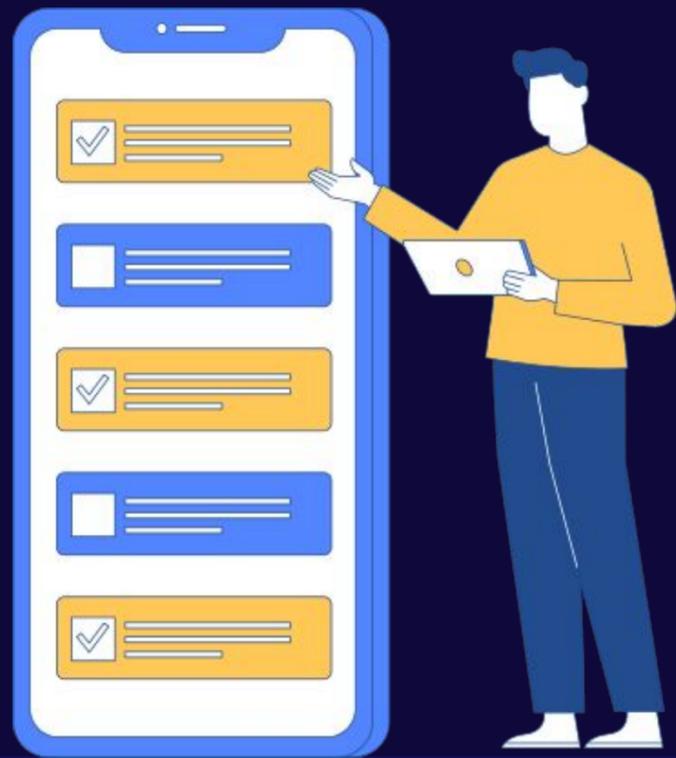
Clasificación de los usuarios según su grado de actividad y tipo de participación como activos, pasivos o reactivos

Diferenciación entre RRSS

La elección de ciertos medios digitales sobre otros según consideraciones sobre su **funcionalidad**, **reputación**, grado de **interacción social** o **contenido**

Diferencias entre medios tradicionales y redes sociales

Comparación entre medios digitales y tradicionales desde la perspectiva de los usuarios



USO DE REDES SOCIALES

Los principales **usos** están asociados a motivos de entretenimiento, de contacto con familia y amigos y de información sobre las últimas noticias. En algunos casos los usos se encuentran determinados por motivos de trabajo y/o estudio. No es posible, no obstante, inferir a partir de nuestros datos **usuarios prototípicos** (según dimensiones sociodemográficas: género, edad, filiación política) de cada plataforma o red social.

Los usuarios, de manera transversal, parecen elegir las redes sociales no tanto en virtud de los formatos ofrecidos por cada plataforma, sino también según las **valoraciones** que ellos atribuyen a cada una de ellas. Esto permite reconstruir las **comunidades de socialización** prototípicas de cada RRSS así como el tipo de participación que se sostiene, las cuales categorizamos como activa, pasiva o reactiva.

Principales usos: entretenimiento, socialización y consumo de información

“Pasa que en Facebook hay familia, compañeros de laburo, de colegio... Y lo otro es más comercial. Digo, en el caso de Instagram, es comercial, qué sé yo.”

(BNNV, +40)

“No, yo, con la pregunta que hiciste antes, uso mucho... o sea, de redes sociales uso Facebook, Instagram, YouTube. En Facebook no lo uso por informarme. YouTube sí, miro mucho, ¿viste? Capaz recortes de cosas de streaming, o de gente que opina ciertos temas.”

(UXP, 16-29)

“Twitter es la que más uso para leer noticias, porque Instagram es más para fotos y otras cosas”

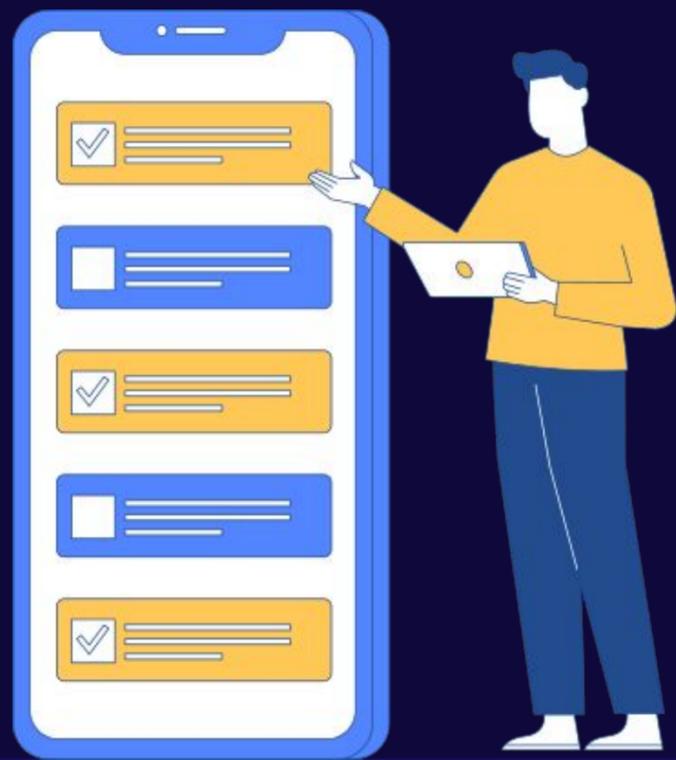
(LLA, +40,)

“A veces estoy enojada, necesito pelearme con alguien y voy a Twitter”

(UXP, 16-29,)



USO SEGÚN RAZONES PERSONALES Y VALORACIONES



El uso diferenciado según las valoraciones

Twitter, una red social en la que predomina el texto e invita a “decir lo que estás pensando”, por esta razón es elegida por los usuarios para leer noticias y expresar opiniones de todo tipo.

Instagram, donde predominan las fotos y videos para actualizarse sobre la vida de sus amigos y familiares, es usada para mantener ese contacto y mostrar contenido propio, generalmente positivo. Con Facebook sucede algo similar.

De esta manera, reconstruimos las comunidades de socialización prototípicas de cada una así como el tipo de participación que se sostiene (activa, pasiva o reactiva).

“Y... Twitter medio para todo, para informarme ponele y también para reirme, yo que sé... TikTok también para reírme... Instagram no lo uso mucho... tal vez más para enterarme de la vida de mis amigos, de gente que no veo tanto... y YouTube también, para ver videos de política, no sé... todo para entretenerme digamos...”

(LLA, 26-39)

“En Instagram no te vas a poner que estás triste o tu crisis existencial, por ahí vas a poner una foto de tu perro y de tus vacaciones más lindas en la mejor playa... y en Twitter ponés que sos una miserable y estás tomando antidepresivos”

(UXP, 16-29)

Usos y usuarios

Red Social	Usos	Objetivos	Valoraciones	Comunidades de socialización
Instagram	Compartir fotos personales/ trabajo o emprendimiento/ sorteos/ ver fotos de amigos o personas conocidas/ informarse	Entretención Estudio Trabajo Informarse	Confort Personal Comercial	Familiares y amigos, clientes, comercios, medios de comunicación, redes de estudio (studygram), memes
Facebook	Ver y compartir publicaciones propias y de amigos y familia/ trabajo/ Grupos, comunidades y difusión	Conectarse Entretenerse	Contacto con la familia/ Círculo privado no exento de expresiones polémicas y extremistas	Familia, vecinos, trabajo, ventas, grupos
Twitter	Leer noticias, ver opiniones, discutir	Informarse Reirse Descargarse	Variado Vómito Libertad Impunidad Anónimo/ Agresión	Políticos, periodistas independientes, amigos, cuentas de memes
TikTok	Divertirse, chequear información, campañas políticas	Entretenerse Informarse Reírse	Personalizado	Políticos, contenido personalizado, amigos
Youtube	Mirar videos de política, profundizar info	Profundizar información, aprendizaje	Personalizado	Informarse, streamers, gente opinando
Whatsapp	Comunicación con el círculo cercano, trabajo	Conectarse	Contacto/ Comercial	Amigos, conocidos, familia, trabajo
Reddit	Informarse	Informarse	Radicalizado	Desconocidos, memes



Tipo de usuario según grado de participación

Activos: Publican contenido propio.

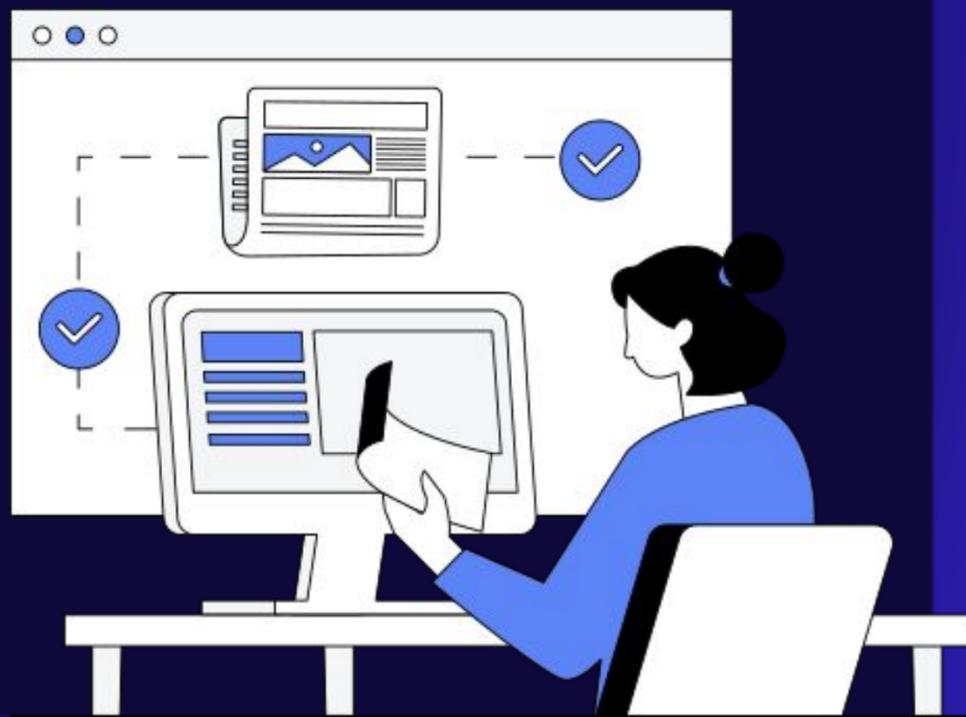
Pasivos: Solo ven contenido de otros

Reactivos: Interactúan cuando algo lo interpela negativamente.

Red Social	Activos	Pasivos	Reactivos
Instagram	X	X	
Facebook	X	X	X
Twitter		X	X
TikTok		X	
Youtube		X	
Whatsapp	X		



DIFERENCIAS ENTRE MEDIOS TRADICIONALES Y REDES SOCIALES



La información que circula en redes sociales y en los medios de comunicación tradicionales muchas veces es la misma, esto se debe a que los noticieros cuentan con sus propias páginas web y cuentas en redes sociales a través de las que publican y republican las noticias, las cuales suelen ser replicadas por los usuarios, muchas veces convirtiéndose en tendencias.

Las diferencias recopiladas en el informe radican mayormente en las valoraciones que los usuarios atribuyen a cada medio y a los códigos de producción de la información. En este punto se manifiestan diversas formas de informarse sobre las que influyen elementos como la posibilidad de selección tanto de contenidos como de fuentes, la velocidad de circulación de la información, la variedad de voces, entre otras cosas.

Los usuarios parecen priorizar la información que circula a través de redes sociales sobre la de los medios tradicionales. Afirman encontrar allí **objetividad, inmediatez y libertad** de elección de los contenidos que quieren consumir. Ello confirma lo que en [informes previos del LEDA](#) aparecía como una “apariencia de libertad, inmediatez y veracidad”, a lo que se agrega ahora un mayor conocimiento respecto del funcionamiento de los **algoritmos**, las **fake news** y de las expresiones **radicalizadas** o **extremas** de las RRSS. Ello, no obstante, parece no poner en tensión ni disolver la eficacia de esa ideología.

La búsqueda de objetividad aplica tanto a las fuentes como a los usuarios como receptores de la información, esto se debe a que afirman acudir a fuentes con diversos posicionamientos ideológicos pero es esa diversidad en la que “escuchan todas las voces” lo que genera una opinión mejor formada.

“MOD: ¿El resto se informan por redes sociales?”

M: Sí, mejor que el noticiero.

MOD: Mejor que el noticiero... ¿Por qué? ¿Qué tiene mejor que?

M: Porque te lo transmite en vivo, pasa en el momento y capaz el noticiero te lo manda a las 8 de la noche, ¿entendés? Y vos ya lo viste.

MOD: Ok, es más rápido.”

(+30, JXC)

“Es que de hecho me resulta muy difícil encontrar un programa o canales políticos, digamos, objetivos. Si me preguntás, decime uno que te parezca objetivo, me tengo que dar un toque pensando, porque todos tiran para un lado o para otro. En Twitter tenés de todo, pero podés formarte una opinión mejor, me parece.”

(+40, LLA)



La creencia (ideológica) en los atributos de las RRSS convive con otra: la consideración de que los medios tradicionales, a pesar de tener ideología y poder manipular la información, son fuentes formales que tienen filtros de selección y chequean los contenidos que difunden ya que son instituciones sujetas a normativas. A pesar del rechazo a los medios tradicionales, los usuarios suelen informarse a través de sus sitios web y perfiles oficiales en RRSS porque allí pueden ver los comentarios de otros usuarios e indagar por su cuenta.

En las RRSS siempre sienten la necesidad de verificar la información por su cuenta. Estos chequeos suelen suceder cuando se presenta un interés por verificar la veracidad o profundizar en la noticia. En ocasiones, apelan al poder de los medios tradicionales para acceder a cierta información pero también valoran la presencia de material audiovisual que aportan otros usuarios en las RRSS.

Entonces, si bien demuestran desconfianza en los medios tradicionales así como en las RRSS, la diferencia principal que determina los usos y grados de confianza es la posibilidad de llevar a cabo prácticas de chequeo de la información.

“M1: Todo es Facebook, Instagram, Twitter, TikTok. Portales de noticias que te llegan, así, tipo lees el titular y decís, bueno, me interesa, lo abro, no lo abro...”

(UXP, +40)

“MOD: Y en tu caso, lo de las redes, ¿te parece como una alternativa?”

H1: Sí, es una alternativa y es algo nuevo que se va a venir”

(LLA,18-25)

Comparación de redes sociales y medios tradicionales

	Velocidad	Objetividad de la fuente	Chequeo	Información falsa / modificada	Posibilidad de selección de información	Confianza	Inclusividad
RRSS	Rápida difusión de información	Algoritmo determina lo que ven	Necesidad de chequear veracidad y actualidad	Pueden haber fake news	Pueden profundizar / seleccionar o buscar + info	Las tendencias generan confianza (permiten chequear fuentes)	Campo donde todos son iguales
Medios tradicionales	La información tarda en llegar	Cada medio tiene su ideología	No hay necesidad de verificar	Pueden manipular la información	No pueden seleccionar lo que consumen	Fuente formal genera confianza	Solo se escuchan voces seleccionadas

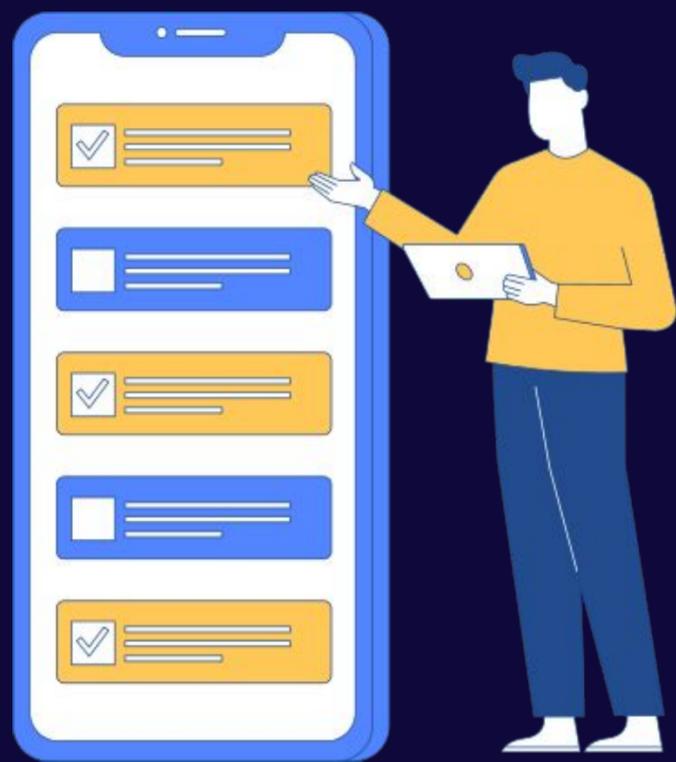


2

CONFIANZA Y FAKE NEWS EN REDES SOCIALES

CONFIANZA Y FAKE NEWS EN REDES SOCIALES

Los usuarios manifiestan precaución al informarse dado que consideran que la circulación de fake news es alta. **Desconfían** de cadenas y de noticias sin material audiovisual. Diferencian RRSS como **Instagram, TikTok** o **X**, donde pueden interactuar con tendencias, de aplicaciones de mensajería como **WhatsApp**, donde solo ven que un mensaje fue reenviado muchas veces. Esto se debe a que en las cadenas solo pueden ver quién se los envió, a diferencia de las tendencias en las que tienen la posibilidad de visualizar el autor de cada posteo, dando lugar a una práctica de chequeo. A pesar de creer que los **medios tradicionales** manipulan noticias, algunos los usan para verificar información, confiando en su estructura y profesionalismo. Por ello, **chequean** tanto en redes sociales como en otros medios. Para constatar la veracidad de la información, desarrollan **prácticas de chequeo** como revisar los perfiles que publican noticias, analizar la vigencia de registros audiovisuales y conversar con personas de confianza. Por lo tanto, la confianza en la información se basa en el criterio propio de cada usuario, facilitando la reproducción de sesgos (véase: *Nosotros contra ellos*, Calvo y Aruguete, 2023)



Todos desconfían

M: Yo creo que sí, lo chequearían más por una cuestión de medios formales, qué sé yo. Por el noticiero.

H: Igual este va más rápido que los medios, eh.

M: Pero tampoco, porque incluso los **medios** te manipulan toda la información.

H: Seee...

M: Pero ellos nunca van a poner un video por otro. No te van a poner un video viejo por otro.

H: ¡No sé, eh!

(BNNV, 26-39)

MOD: ¿Te sirve lo de **TikTok** como para chequear si está, si es real?

M: Sí, porque ahora como hay tanto movimiento de grabar todo, siempre en TikTok o en Twitter siempre te termina apareciendo algo.

(BNNV, 26-39)

MOD: ¿Pero te resulta creíble si te llega?

H: No. Más cuando veo arriba que dice **reenviado 500 millones de veces**.

MOD: Eso ya te hace dudar.

H: Naaaa, sí.

M: Pero hay muchas fake news dando vueltas, así como...

(BNNV, 26-39)

MOD: ¿Y te resulta más confiable lo que te aparece en **TikTok** que lo que te llega así por un **WhatsApp**?

M: Y viendo algún video, sí, es mucho más creíble que eso.

MOD: Ponele que esto te lo manda tu tía, eh. O sea, no es que... Te lo manda tu tía.

H: Claro, si es la tía que manda todas las cadenas de la mañana...

(BNNV, 26-39)



Todos chequean... y creen

MOD: Y esta opción de ir a mirar TikTok a ver si hay imágenes, ¿es un poco más confiable ver las imágenes, les parece, que leerlo, digamos?

H: En mi caso, yo loco que desconfío las imágenes si son nuevas o viejas.

MOD: Ok, te genera esa duda.

H: A veces sí me genera esa duda. **A veces sí te das cuenta si son recientes o no...** Lo que es noticias escritas para mí está todo errado.

(BNNV, 26-39)

H3: Primero, **revisar la fuente de dónde salió**, de dónde la sacaste. Ver si no sé. Y si alguien te lo contó, lo viste de algún lado. Ver. Y supongo que se confía o no confía por **haber visto antes que terminó pasando** y todo, y tener precaución.

(LLA, 18-25)

MOD: ¿Y dónde te parece que está la información más confiable, digamos? ¿Está en algún lado, le tenés que construir? ¿Cómo hacés para confiar en algo, digamos?

M2: Y quizás viendo programas más que tengan que ver con periodismo, pero también sabiendo de dónde no, yo llego a la casa de mi mamá y mi mamá todo el día está mirando TN, y bueno, yo sé que un mensaje va a ir para un lado, ¿entendes? O sea, sé un poco, pero escucho todo.

M3: O sea que al final no podemos confiar en nada, básicamente.

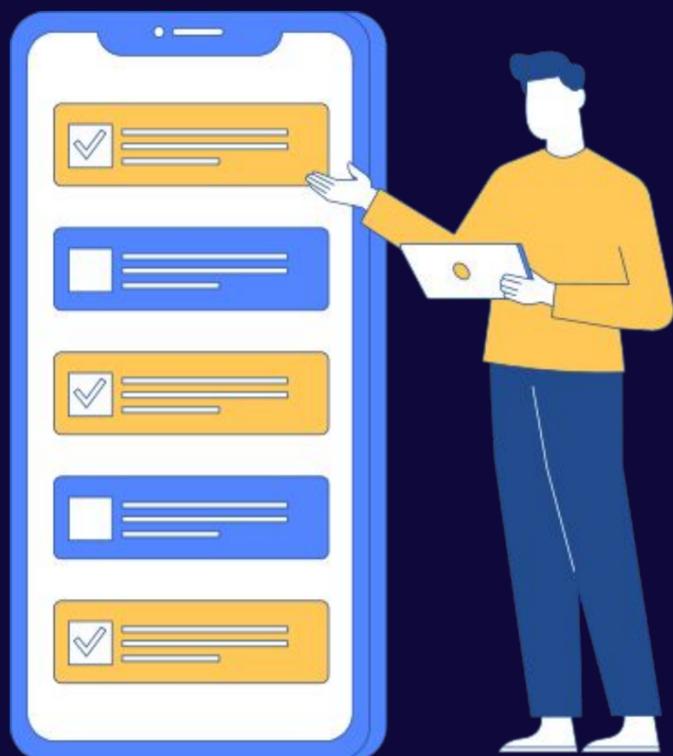
M2: **Y creo que es como un criterio propio.**

(LLA, 26-39)



3

RECONOCIMIENTO DE LA LÓGICA DE LAS RRSS: ALGORITMO



RECONOCIMIENTO DE LA LÓGICA DE LAS RRSS: ALGORITMO

Los usuarios demuestran comprender parte del funcionamiento de los algoritmos, entienden que estos determinan la visibilidad de las publicaciones y evalúan su precisión en varias redes sociales. Por otra parte, mientras algunos usuarios critican el sesgo algorítmico, otros valoran que este les permita conocer diversas opiniones y aumentar la difusión de información y política.

Los usuarios muestran cierto conocimiento sobre el **funcionamiento de los algoritmos** como los encargados de seleccionar cuándo se muestra una publicación e incluso distinguen la precisión de los mismos y realizan un análisis comparativo de su funcionamiento entre distintas RRSS. Reconocen el contenido **personalizado** de TikTok y plantean que el objetivo de la plataforma no es necesariamente “gustar” sino generar reacciones. Este argumento plantea que las RRSS proponen contenidos en función de fomentar interacciones y mantener la atención de los usuarios, generando su permanencia en la plataforma, independientemente de los gustos personalizados. En el caso de X (ex Twitter), se expresan sobre las últimas modificaciones de la presentación del contenido, en las que uno puede elegir entre ver únicamente contenido de usuarios seguidos (“siguiendo”) o ver el contenido personalizado (“para ti”). Diferenciando así los contenidos publicados por los perfiles que el usuario sigue de los seleccionados por el algoritmo.

MOD: Perdón, ¿TikTok te parece más progresista para decirlo de alguna manera?

M: Mí TikTok... lo que me muestra TikTok a mí...

M: Claro, porque depende del algoritmo de búsquedas de cada uno...

M: TikTok tiene un algoritmo que se adapta más a vos... TikTok yo creo que te muestra cosas que hace que clickees, no necesariamente son cosas que te vayan a gustar sino cosas que generen una reacción en vos...

MOD: ¿Y te parece que deberían poder decirlo o sería mejor ponerle un límite en algunos casos?

M: Y yo denuncio cuando son cosas así...

M: Denunciás...

M: Hay un sistema porque evidentemente sí podés denunciarlo... de hecho hay otras plataformas que me parece terrible que no se pueda denunciar... (UXP, 16-29)

M: Lo que tiene es que ahora Twitter cambió, porque antes lo que importaba es si vos seguías... hoy en día como ya es para todo, te aparecen tweets de gente totalmente random y vos entras, y ahí se te arma todo un... (UXP, 16-29)

Mientras que los usuarios de UxP y otras identidades políticas son críticos del sesgo algorítmico que reproduce y refuerza opiniones semejantes a las propias creando una auténtica burbuja epistémica, los usuarios de LLA parecen omitir la mediación del algoritmo y se representan a las RRSS como una instancia que ofrece la oportunidad de conocer las distintas opiniones y tener un mayor alcance para la viralización informativa y política.

MOD: Mira, ahora les quería preguntar sobre eso, pero vos usas mucho redes, ¿o sí?

H1: Sí, uso. Por ejemplo, TikTok va bajando y siempre te va apareciendo, no sé si ustedes usan, te aparece siempre una campaña o algo que están haciendo, o algo cómico, pero la gente (accede).

(LLA, 18-25)

MOD: Y la comunicación, ¿qué tiene que ver con esto de despertar?

H1: Porque hoy en día veo que muchos políticos usan TikTok, todas esas cosas, Instagram, y es algo que llega más a las personas, a los jóvenes.

(LLA, 18-25)

MOD: ¿Y en las redes sociales se mira o se lucha?

H3: En la realidad en las redes sociales están todos dentro del estadio. Seas quien seas, lo único que podés hacer es escribir y hablarte con todo. Claro, la gente se emberrata en los comentarios. Y hay gente conocida con un random que no tiene ni foto. Todos son iguales porque todos pueden hacer lo mismo y están limitados por lo mismo. Entonces, da pie a eso. Vos ves a políticos tuiteando y se pelean con gente que lo comenta.

(LLA, 18-25)

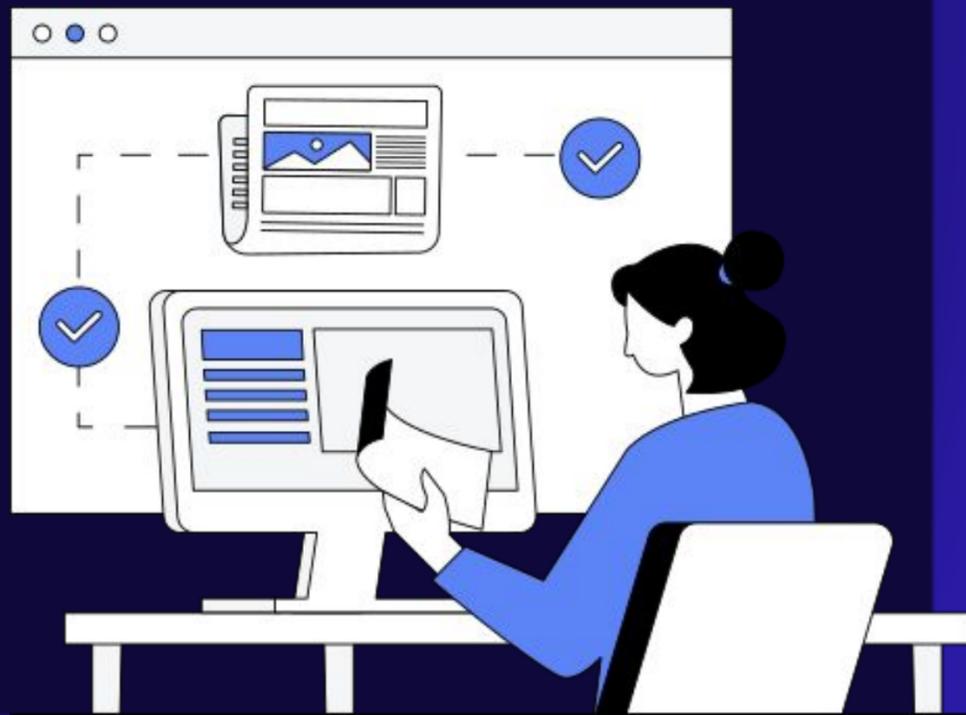
4

LAS RRSS ENTRE LA LIBERTAD Y LA CENSURA

LAS RRSS ENTRE LA LIBERTAD Y LA CENSURA

Los entrevistados desconfían de los controles de las redes sociales para detectar y censurar contenido ofensivo, así como también para poner límites a usuarios agresivos. Algunos piensan que hay ciertas redes sociales que tienen mecanismos de censura excesiva, mientras que en otras no se respetan las denuncias realizadas.

Sin embargo, todavía no existe la confianza suficiente ni en el estado ni en las empresas como entes reguladores. En las siguientes citas se pueden ver distintas opiniones, donde se discute si las redes son auténticos espacios de libertad.



¿Entre el escepticismo y la paranoia? La legitimidad de quién regula

M: No sé, a mí me pasó que me bloquearon de **Instagram**, pero no habían hecho nada. Me habían dicho que había comprado seguidores, yo tengo 1000 seguidores como mucho, y no comentarios en cada publicación. Y me bloquearon y no hubo forma de que me bloqueen porque ahí te decía, hasta tal fecha no podés hacer tal cosa. O sea, tiene cosas arbitrarias..

(JXC, +30)

Para mí lo tiene que **regular** la empresa porque si lo hiciese el Estado empezaría toda una discusión de “me estás privando de mi derecho de libertad de expresión”, y si lo hace una empresa no le podés discutir a nadie porque es algo privado, y el dueño es uno de Estados Unidos...

(UXP, 16-29)

MOD: ¿Y por qué hay información que no nos llega?

M2: Censura.

MOD: Censura, ¿pero de quién?

M: No, el **Estado**. El Estado siempre, sí, lo de **Facebook, Instagram y WhatsApp** es el mismo dueño, bueno, sí, pasa que esto es puntual de lo que hablé, es algo que la industria farmacéutica la fundiría, no le sirve, entonces por eso la censura, porque imagínate con la pandemia salían todos a tomar eso, y que ¿de dónde estaba el circo?

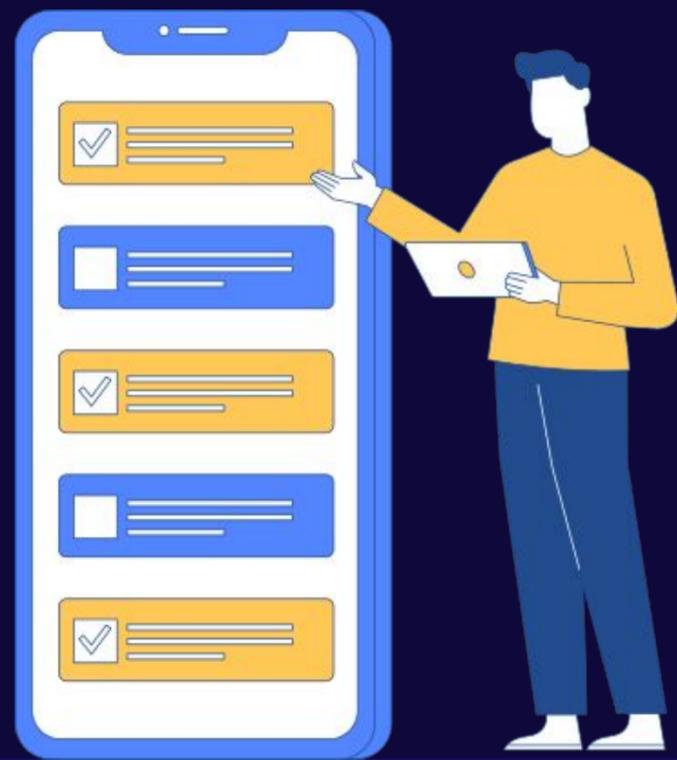
(LLA, 26-39)

M: Es que dicen que censuran, pero cuando denuncias algo que en realidad tienen que censurar, no lo censuran. **(Instagram)**

(JXC, +30)



CONCLUSIONES



El uso de las RRSS por parte de los usuarios está principalmente motivado por el entretenimiento, el contacto social, y la búsqueda de información actualizada. También son utilizadas por razones laborales y académicas. Así, no se puede determinar un perfil específico para los usuarios de cada plataforma, ya que eligen las RRSS basándose en la valoración que hacen de cada una.

Las comunidades de socialización y el tipo de participación (activa, pasiva o reactiva) en cada usuario y red se definen según el tipo de usuario y el propósito de la red social.

Los usuarios verifican la información que circula en redes sociales debido a la alta circulación de fake news, mostrando desconfianza hacia cadenas de mensajes o noticias sin respaldo audiovisual. Sin embargo, la confianza en la información y en las RRSS se basa en el juicio crítico de cada usuario, que verifica y contrasta fuentes tanto en redes sociales como en medios tradicionales.

Los usuarios tienen conocimiento sobre el funcionamiento del algoritmo y de las regulaciones de las RRSS. Expresan desconfianza en los controles de para gestionar contenido ofensivo, percibiendo una falta de equilibrio entre la censura excesiva y la insuficiente regulación. Aunque las RRSS ofrecen una variedad de opiniones, no son consideradas como espacios completamente libres.



Laboratorio de estudios sobre
democracia y autoritarismos
LEDA-LM_UNSAM



Programa de Estudios sobre
Autoritarismos y Democracia
LEDA-LICH_UNSAM