

El destino del mundo en un tuit

Los conflictos internacionales en las redes sociales: Trump vs. Kim Jong-un

The destiny of the world in a tweet

International conflicts in social networks: Trump v / s Kim Jong-un

Recepcionado: 06/05/2021

Aceptado: 30/06/2021

Cristián Fuentes Vera¹

crfuentes47@gmail.com

Nicolás Emilio Freire Castello²

nfreirecastello@gmail.com

Resumen

Esta investigación trata de la conversación efectuada en la red social Twitter sobre la primera cumbre entre los líderes de Estados Unidos y Corea del Norte, con motivo del conflicto internacional generado por el desarrollo de armas nucleares por parte del país asiático. Nuestra hipótesis es que en el territorio político digital prevalece la óptica de la política nacional, que aporta a la formación de una opinión pública plural desde la activación de comunidades antagónicas. El enfoque constructivista utilizado resalta la influencia de las condiciones endógenas en los tomadores de decisiones y las relaciones de poder existentes, coincidiendo con la percepción de los internautas que participan en las redes sociales. Se encontraron también comentarios acerca de las cualidades de los liderazgos nacionales y un interés endógeno de la red, de acuerdo al entorno geopolítico y a la crítica interna, sin que fuera orientada siempre por los

1 Profesor de la Universidad Central de Chile y Magíster en Ciencia Política, mención Relaciones Internacionales. Cuenta con estudios de Doctorado, en el programa del Doctorado en Estudios Latinoamericanos, mención Relaciones Internacionales, del Instituto IDEA de la Universidad de Santiago de Chile.

2 Cientista político de la Universidad de Roma La Sapienza (Italia) y máster en Instituciones Parlamentarias por la misma casa de estudios. Doctor en Estudios Americanos de la Universidad de Santiago de Chile. Profesor e investigador, Escuela de Gobierno y Comunicaciones, Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central de Chile.

medios de comunicación.

Palabras claves: Twitter, conflictos internacionales, opinión pública

Abstract

This research deals with the conversation carried out in the social network Twitter about the first summit between the leaders of the United States and North Korea, due to the international conflict generated by the development of nuclear weapons by the Asian country. The hypothesis proposes that in the digital political territory the optic of national politics prevails, contributing to the formation of a plural public opinion from the activation of antagonistic communities. The constructivist approach used highlights the influence of endogenous conditions on existing decision-makers and power relations, coinciding with the perception of Internet users participating in social networks. Comments were also found on the qualities of national leadership and an endogenous interest of the network, according to the geopolitical environment and internal criticism, without it being always oriented by the media.

Key words: Twitter, international conflicts, public opinion

Introducción

En el presente artículo se pretende analizar como se observan los conflictos internacionales y se forma opinión pública desde la red social Twitter.

La investigación se basó en los resultados de una búsqueda de documentos (tuiteos), acerca de la reunión entre los líderes de Corea del Norte, Kim Jong-un, y de los Estados Unidos, Donald Trump, realizada el 12 de junio de 2018 en el Hotel Capella, isla Sentosa, Singapur.

En esa ocasión conversaron, por primera vez desde la guerra de Corea (1950-1953), un presidente en funciones de los Estados Unidos y el líder de Corea del Norte, quienes intentaron acercar posiciones luego de la crisis en las relaciones entre ambos países, provocada por el desarrollo de armas nucleares por parte de Pyongyang y las sanciones impuestas por Washington como castigo a dicha conducta.

La hipótesis que guía este trabajo consiste en que los conflictos in-

ternacionales se relacionan directamente en las redes sociales (Twitter, en este caso) con el ámbito político nacional, formando opinión pública desde la activación de audiencias, constituidas como comunidades antagónicas.

El debate sobre opinión pública y redes sociales

Jean-Jacques Rousseau acuñó el término “opinión pública” en su *Discurso sobre las artes y las ciencias* (1750, citado en Alonso, 2016, p. 96), en referencia a las diferentes formas de expresión que una comunidad puede tener respecto de temas públicos. Tradicionalmente, el concepto se ha entendido como las creencias de la mayoría, inducidas o no por minorías con una alta capacidad de influir en los medios de comunicación (colonización) que se han convertido en agentes que además de informar, cumplen el rol de aglutinadores de la opinión de los demás (Pastor, 2010).

Hasta la irrupción de internet, los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) eran la única vía de acceso a los acontecimientos, lo que les otorgaba poder para configurar a su gusto la realidad política nacional e internacional. El desarrollo de las herramientas derivadas de la web abrió un nuevo abanico en el proceso comunicativo (Alonso, 2016), convirtiendo la red en un ágora digital donde todos pueden participar (Baamonde, 2011, citado en Alonso, 2016, p. 97).

Sin embargo, no todos los ciudadanos están representados en las redes sociales, por lo que las opiniones expresadas en esas plataformas carecen de la capacidad de representar el sentir promedio o mayoritario de la población. Esto ocurre porque las personas tienen accesos diversos a las tecnologías y a la conexión a internet, o tienen sesgos de clase, o de socialización digital que favorecen a los más jóvenes y educados (González, 2019).

Las encuestas de opinión son los instrumentos sociocognitivos convencionales de los que disponemos para referirnos a la opinión pública, y que buscan relevar las opiniones representativas de una población (González, 2019, p. 45). No obstante, en las redes sociales no figura un segmento representativo de la población, a la vez que los métodos para recoger las expresiones sostenidas en las redes sociales se basan en el registro de las opiniones expresadas de manera espontánea o voluntaria, conservando un sesgo que visibiliza a aquel que “quiere opinar” (p. 45).

Además, las redes no son solo medios de expresión y participación,

sino que producen opiniones y nuevas formas de acción comunicativa, que pueden afectar la percepción de individuos no opinantes (o usuarios pasivos), y esta influencia está marcada por importantes sesgos. Por un lado, el principio de homofilia implica que las personas están conectadas con sus pares, homólogos en el espacio social, por lo que están propensas a reforzar opiniones preexistentes. Por otro lado, las personas buscan recopilar y replicar información que suele reforzar sus opiniones dentro de comunidades (Lyons & Veenstra, 2015). Las opiniones en redes sociales tienden a polarizarse en comunidades que no dialogan entre sí, dando lugar a verdaderas cámaras de eco que reproducen las opiniones (González & Medina, 2018).

En todo caso, el comportamiento en redes sociales se condice con las tendencias observables en el plano de la participación política, donde la ciudadanía expresa un interés intermitente y orientado a temas y demandas concretas. Si consideramos el rol de los influenciadores, con un alto nivel de convocatoria que los convierte en referentes en las conversaciones (capital simbólico), la opinión promedio deja de estar representada en redes, pero la opinión de cada persona tampoco vale lo mismo en términos de impacto comunicacional (González, 2019).

Estos fenómenos ocurren principalmente en Twitter, una red social que parece ser el natural espacio de conversación y discusión sobre asuntos de interés público, constituyéndose como el territorio político digital por la acumulación de factores tales como el carácter público de la red, la presencia de capitales simbólicos y el poder de colonización que encierra (Freire, 2019). La activación de comunidades en Twitter, principalmente en torno a temas de interés público, puede terminar participando en la generación de opinión pública, ya sea de manera directa como por medio de la penetración en los distintos medios tradicionales de comunicación. Por ello, más que hablar de mayorías, la opinión pública se compone de diversas expresiones que poseen distintas capacidades de influencia.

Marco teórico sobre relaciones internacionales

En el territorio político digital, el discurso entre ciudadanos y gobiernos se entrelaza formando comunidades virtuales que administran un flujo de información que circula libremente a través de las fronteras nacionales, al mismo tiempo que levantan plataformas para resolver conflictos y actúan como germen de activismo político en las relaciones internacionales, aunque no siempre las opiniones pueden transformarse en soluciones y a menudo tienen más que ver con el activismo por

determinadas causas.

Estas realidades han provocado un cambio en las definiciones históricas sobre el poder, circunscritas al Estado nación y a los recursos militares, ya que la participación de actores privados y de la sociedad civil, la interdependencia económica y el aumento casi infinito de la información utilizable por la población afectan la naturaleza del poder, al moldear la cultura, los valores, la identidad y las políticas de la comunidad internacional. En todo caso, aquello no necesariamente significa una menor concentración del poder, sino una distribución más plural –aunque muchas veces sea solo aparente–, puesto que aparecen más actores involucrados y de sectores más diversos.

Al enfrentarnos a la necesidad de proponer un marco teórico que facilite comprender la formación de opinión pública en las redes sociales sobre el ámbito internacional, se hace preciso, en primer lugar, resaltar la importancia de las fuentes internas en la toma de decisiones sobre estos temas, porque ellas están definidas por las condiciones presentes en los sistemas políticos nacionales.

Por otro lado, aplicar el enfoque constructivista nos permite explicar la composición del sistema internacional, a través de las percepciones (opiniones) de los actores sobre la realidad. Para el constructivismo los elementos estudiados son construcciones sociales, generadas por percepciones humanas históricas y culturales, a partir de relaciones de poder. Tal visión otorga un papel protagónico a las identidades, es decir a las concepciones de uno mismo y de los demás actores, adquiriendo mayor importancia aquella que se especifican para uno mismo (Wendt, 2005).

La autodefinición se constituye desde las normas constitutivas formales e informales que establece la pertenencia a un grupo, los objetivos sociales compartidos por los miembros del grupo, las comparaciones relacionales definidas por la identidad del grupo a través de lo que no es, y los modelos cognitivos sobre la comprensión y las posturas acerca de las condiciones políticas y materiales e intereses que son conformados por una identidad particular (Lizama, 2013).

Las identidades determinan los intereses de los actores, dentro de los mismos procesos llenos de normas en los que se definen las situaciones. Junto a ello, la formación de estructuras o conjuntos de identidades e intereses produce instituciones mediante la interiorización de nuevas identidades e intereses, ya sean cooperativas o conflictivas (Porcelli, 2013).

Para los constructivistas, en el origen de los hechos tal como los conocemos se encuentran en un extremo la estructura (el entorno, instituciones y significados que establecen el contexto de la acción

internacional y que “obligan” al actor a actuar de tal forma) y en el otro el agente –agencia– (comportamiento autónomo y deliberado del actor), elementos que se constituyen mutuamente puesto que son constructos sociales dinámicos, modelados por variados factores históricos, políticos, culturales y sociales (Sánchez, 2012).

Datos y métodos

En esta investigación examinamos la conversación digital ocurrida en Twitter durante junio de 2018, en la que se mencionaron las palabras “Trump” y “Kim”. En dicho periodo fueron rescatados y analizados 2 079 870 documentos (tuiteos), tomando en consideración que cada documento presenta cerca de 80 variables que eventualmente pueden ser analizadas; para efectos del presente estudio, fueron seleccionadas 5.

Los datos provienen de la API (interfaz de programación de aplicaciones) oficial de Twitter y fueron rescatados y procesados por medio de un código en R de libre disposición. El rescate se ordenó mediante aplicaciones del Observatorio Política y Redes Sociales de la Universidad Central de Chile, gracias a las cuales fue posible recoger toda la actividad de conversación (todos los tuiteos públicamente emitidos) durante dos periodos específicos: previo a la reunión entre el presidente de Estados Unidos y el líder de Corea del Norte (desde el 1 de junio hasta el 11 de junio) y posterior a la cumbre (desde el 13 de junio hasta el 30 de junio).

La exclusión de los documentos que se emitieron durante el mismo día de la reunión respondió, primero, a la mayoritaria presencia de material informativo proveniente de los canales digitales de medios de comunicación y, en segundo lugar, a la excesiva cantidad de los mismos. Por ambos motivos se consideró que podrían distorsionar los resultados.

Los factores que ordenan el análisis y exposición de los datos se orientan a comprender las variables de la conversación: a) evolución de la conversación, b) sentido de la conversación, c) determinantes semánticos de la conversación, d) comunidades que determinan la conversación, y e) efectos de la conversación digital.

Por evolución y sentido de la conversación entendemos la frecuencia diaria de tuiteos emitidos que mencionan a los actores en cuestión, basando el análisis en factores explicativos deducibles de la coyuntura o determinados en sede de minería de datos.

Por determinantes semánticos de la conversación entendemos el análisis que es posible hacer a partir del estudio de las palabras más frecuentemente mencionadas (expresadas gráficamente a través de una

nube de palabras), así como por medio de los bigramas de palabras, es decir, aquellas palabras que juntas –y en ese mismo orden– fueron más frecuentemente mencionadas. Este análisis permite identificar la existencia de conversaciones específicas (más que de temas generales como son aquellos que resultan de la nube de palabras).

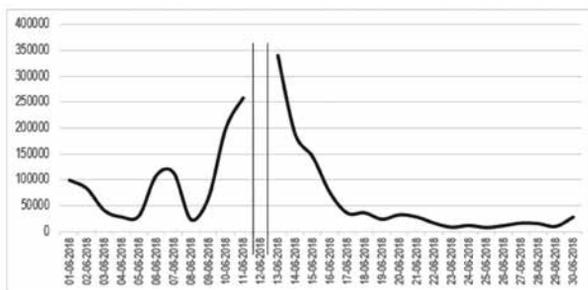
Por comunidades que determinan la conversación entendemos la identificación y el análisis de actores en torno a los cuales se aglutinan comunidades que participan de la conversación. En este sentido encontramos a los influenciadores, es decir aquellos actores que más impacto logran (en términos de viralización de sus tuitos –o sea, que más retuitos alcanzan sus mensajes–), transformándose incluso en canalizadores del activismo digital.

Por último, por efectos de la conversación digital entendemos aquí principalmente las percepciones que se generan en los usuarios con respecto a los actores analizados, y las valoraciones que sobre estos mismos se materializan.

Evolución y sentido de la conversación

En términos de evolución de la conversación, el primer aspecto que llama la atención es la inicua distribución de la frecuencia entre la fase previa a la reunión y la fase posterior a la misma. En efecto, si bien en ambos periodos hubo un volumen similar (1 048 094 en el primer caso y 1 031 776 en el segundo), el promedio de mensajes diarios deja en evidencia la observación señalada: 95 281 mensajes al día en el primer periodo y 57 320 mensajes al día en el segundo.

Figura 1. Evolución de las menciones



Fuente: elaboración propia

La pérdida de atención por parte de los internautas es consistente

con la eventual emocionalidad comunicativa que se activó durante la fase previa (principalmente por lo extraordinario de la reunión), y responde a una conversación previa intermitente, con al menos dos *peaks* independientes: aquel inicial del 1/6, en donde se registraron 99 248 mensajes, y aquel del 7/6, en el que se registraron 113 538 mensajes.

En el primer caso, la mayor frecuencia de la conversación se da justamente a partir del anuncio de la fecha del encuentro, realizado por el mismo presidente Trump, mientras que en el segundo caso la conversación se refiere principalmente a la carta que le habría sido entregada y que el presidente estadounidense habría tildado de “muy interesante”, sin haberla leído.

Por el contrario, en la fase posterior a la reunión la conversación decrece rápidamente, sin *peaks* específicos de reactivación, lo que parece evidenciar una pérdida significativa de interés por parte de los internautas en dicho evento, más aún cuando el mismo desaparecía de la cobertura mediática.

Es significativo notar, a propósito de lo mismo, que el grueso de la conversación se concentró en los dos días previos y los dos días posteriores al evento, únicos momentos de los analizados en los que se emitieron más de 150 000 mensajes diarios. En dicho periodo se registraron más de 980 000 tuiteos, concentrándose casi la mitad de los mensajes emitidos al respecto en el territorio político digital.

Determinantes semánticos de la conversación

Otros factores que alimentan el sentido de la conversación, y que pueden agregar un mayor detalle, se obtienen desde la perspectiva del análisis semántico. Aquí nos limitaremos a llevar dicho análisis a un desarrollo básico, estructurado en torno a la frecuencia de las palabras presentes en la conversación asociada a cada periodo.

De esta manera, en la nube de palabras que se elabora para cada uno de ellos, se representan las 50 palabras que fueron mencionadas más frecuentemente a la hora de conversar sobre los actores que ordenaron el rescate (“Trump” y “Kim”).

Figura 2. Nube de palabras

“letter”, “people”, “Putin” y “dictator”.

La lectura va en línea con la esbozada para el análisis de los datos de la fase previa, aun cuando la centralidad de las conversaciones sobre la carta (palabra “letter”) y aquella referida al líder ruso (palabra “Putin”) es cada vez mayor en los comentarios que emiten los internautas en las redes sociales.

La palabra “people” es utilizada de manera genérica y muy frecuentemente en términos de gentilicio, lo que explica cierto interés por las poblaciones involucradas. Lo mismo con la palabra “dictator”, que también es usada de manera genérica, en cuanto es común la mención a ambos líderes (Trump y Kim) asociada a esta en calidad de adjetivo.

Si bien la conversación en la fase posterior presenta claras alusiones a estos cuatro tópicos, se ven también –incluso de manera más difusa que en la fase previa a la reunión– conversaciones secundarias en las que se menciona otras situaciones y otros actores.

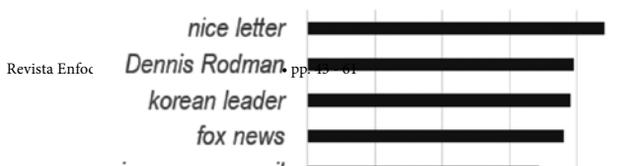
En el primer caso llaman la atención las menciones a fechas específicas (“1987”, “1999” y “2012”), todas ellas relacionadas con hechos y acciones alusivas al presidente Donald Trump. Los internautas comentan de manera irónica que en 1987 este habría declarado en una entrevista que no le gustaría ser presidente; en 1999 se habría declarado partidario de un ataque, si fuera necesario y no funcionaran las negociaciones con Corea del Norte; y en 2012 habría declarado que el colegio electoral estadounidense era un desastre para la democracia.

En el segundo caso, la mención a actores (más allá de Putin y Obama) es más frecuente y evidente, con referencias a China y el G-7, el primer ministro canadiense Justin Trudeau y el senador estadounidense Bernie Sanders. Para todos estos casos, las menciones siguen dos lógicas: la referencia a posturas que estos actores tomaron luego de la reunión y la alusión a los mismos en términos de toma de posición y validación de sus posturas. Es decir, la viralización de sus propios discursos.

Esta activación de conversaciones secundarias –con mayor fuerza, pero también con mayor dispersión– en la fase posterior a la reunión denota la activación de comunidades específicas, en las que el centro de la discusión fue adquiriendo un tono distinto y más alejado de la reunión en sí (y de Trump y Kim).

Podemos encontrar mayor profundidad en el análisis de bigrama. Para este efecto hemos seleccionado los primeros 10 bigramas que tienen mayor frecuencia en la conversación analizada. Cabe recordar que los bigramas corresponden a las dos palabras que –en el mismo orden– más se repiten en la conversación digital.

Figura 3. Bigrama de palabras



Fuente: elaboración propia

Es interesante notar como el concepto de “*nice-letter*” representa el principal tema de conversación y, por lo señalado en las líneas anteriores, preanunciar el sentido crítico que esta mención tendría para con el presidente estadounidense.

Los dos bigramas que le siguen en frecuencia (“*Dennis-Rodman*” y “*korean-leader*”) se concentran en la figura de Kim Jong-un y el apoyo que recibe de la estrella norteamericana de baloncesto, aunque dicha atención está enormemente despersonalizada en razón de que la referencia es completamente indirecta.

El cuarto bigrama (“*fox-news*”) es particularmente significativo, toda vez que se considere la incidencia mediática que este medio conservador tendría en la discusión política norteamericana. Si bien no fue posible determinar la naturaleza de dicha mención (espontánea o viralización), ocupó un lugar central en la conversación general.

El quinto bigrama (“*Singapore-summit*”) explica la posición que parece haber ocupado el carácter informativo de la conversación y pone una línea distintiva clara entre las primeras (los primeros 4 bigramas) y las últimas conversaciones. En efecto, desde el sexto bigrama en adelante se observan las conversaciones más partidarias que se verificaron en la red. Es ese el sentido de menciones como “*dictator-kim*” y “*two-dictators*” (bigramas seis y siete), que difícilmente podrían haberse utilizado en canales digitales de los medios de prensa.

Del mismo modo, se advierte en esta parte la presencia de conversaciones sobre algunos temas específicos de relevancia política, que interesaron a los internautas. Se trata de temas relacionados con conceptos como “*human-rights*” y “*executing-political*” (bigramas siete y ocho), que

no tenían relación directa con el “*nuclear-threat*” (concepto que recién figura en el bigrama 10).

Así las cosas, las cumbres de relevancia mundial son aparentemente utilizadas en el territorio digital para posicionar otros temas o para desplegar críticas (incluso del ámbito nacional) a los líderes de los respectivos países que participan.

Comunidades que determinan la conversación

El objeto primordial con respecto a las comunidades que se forman en la conversación analizada fue determinar la presencia y el sentido que orienta la participación de influenciadores (cuentas capaces de viralizar de mejor manera la mención al tópico de búsqueda, en cuanto fueron más veces objeto de retuiteos a la hora de mencionarlo). Esto responde a la intención de intuir la instalación de ciertos *brokers* o influenciadores (exitosos o potenciales), en torno a los cuales es esperable que se aglutinen comunidades digitales que determinan las conversaciones en dicho territorio.

Figura 4. Comunidades	
Influenciadores	
Usuario	RT
@FoxNews	32818
@Channel4News	27331
@TeaPainUSA	22248

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, la presencia de Fox News como el principal influenciador de la conversación permite dilucidar algunas dudas planteadas en sede de bigrama, es decir, su mención en dicho caso puede ahora comprenderse más bien en términos de viralización de sus contenidos (y no de mención espontánea por parte de los internautas). El posicionamiento de dicho medio es significativo, no solo por dominar dicha influencia, sin peligro de perderla, sino por el carácter partidario que el mismo tiene para con el presidente Donald Trump.

El segundo influenciador es Channel 4 News, noticiero británico

de Channel 4, subsidiaria de la empresa privada de televisión comercial ITN (Independent Television).

El tercer influenciador, TeaPain, adquiere connotaciones claramente irónicas y en sentido negativo al presidente Trump. En efecto, la cuenta pertenece a un portal web denominado American Tweethart, cuya ironía con respecto a las posiciones conservadoras del Tea Party se comprende en la descripción del mismo sitio, en el que se señala que el objetivo es expandir sus “mejores tweets con historias cortas, análisis político ingenioso y comentarios sarcásticos. Una lectura obligada para cualquiera que busque aliviar el ‘dolor’ de la política moderna con la risa” (2017).

Efectos de la conversación digital

Para el análisis de los efectos de la conversación digital hemos aplicado una metodología desplegada a partir de un muestreo probabilístico aleatorio de la conversación (con un nivel de confianza del 95 %), para poder identificar algunos patrones verificados y que no es posible determinar a través de la obtención de insumos automatizados, como lo fue en los apartados anteriores. En esta etapa corresponde un análisis cualitativo, desde la lectura completa de la muestra, con el método del doble par ciego.

La intención era verificar los efectos de la conversación en términos temáticos, de relevancia de los actores y de percepciones instaladas en los internautas en la conversación, con particular atención al contenido narrativo de la misma.

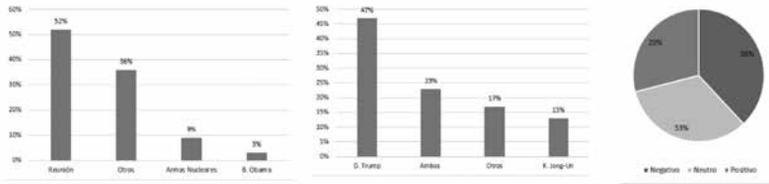
Procedimos a separar el análisis en tres direcciones: i) la conversación general, ii) la conversación sobre Donald Trump, y iii) la conversación sobre Kim Jong-un.

La conversación general

La conversación general se refiere a la reunión efectuada entre ambos presidentes, concentrándose principalmente en la misma (52 %).

Figura 5. Temas, actores y valoración de la conversación general

sobre la cumbre



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, un buen volumen de la conversación giró alrededor de otros temas que no tenían directa relación con la reunión (36 %), como por ejemplo aquellos en los que se alude a un retroceso en las relaciones internacionales por la validación que se daría a dictadores de otras latitudes.

Aun cuando el asunto relacionado con las armas nucleares estaba aparentemente vinculado a la conversación sobre la reunión, los internautas hicieron menos referencias a este asunto (9 %) y no necesariamente lo enlazaron con la reunión. Lo anterior se refleja también en la conversación que tuvo como principal objeto al expresidente Barack Obama (3 %), que justamente aludía a la firma de tratados sobre esta temática que se buscaron en el pasado y que terminaron por transformar a un actor en un tema de conversación.

En cuanto a los actores, el principal sujeto de conversación fue Donald Trump, quien fue el líder con más menciones (47 %), mientras que la alusión a Kim Jong-un ocupó un espacio marginal (13 %), incluso por debajo de la alusión a ambos líderes (23 %) y a otros actores políticos (17 %).

En términos de valoración, se puede observar una leve tendencia a la percepción negativa con respecto al encuentro (38 %), por sobre la percepción positiva (29 %).

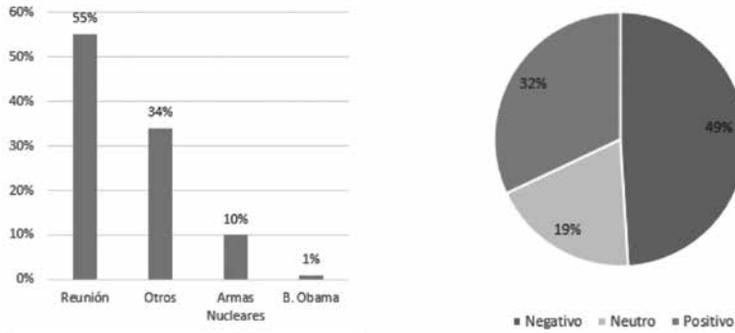
A esto contribuyó una crítica personalizada de los liderazgos presentes (como veremos más adelante), los que se tildan como dictatoriales.

Un 33 % de los mensajes son calificados como neutros, en virtud de no expresar una valoración inequívocamente positiva o inequívocamente negativa (en sede de análisis por doble par ciego). La mayoría de estos mensajes corresponden a noticias de prensa y su difusión en el territorio político digital.

La conversación sobre Donald Trump

La conversación sobre Donald Trump es aquella en la que dicho actor es el sujeto principal del mensaje. En este sentido, la línea temática sigue la misma lógica de la conversación general.

Figura 6. Temas y valoración en la mención a Donald Trump



Fuente: elaboración propia

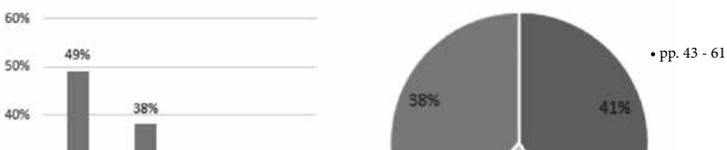
No obstante, esta tiene un efecto en las percepciones digitales que afecta directamente la valoración negativa del actor, aumentando significativamente el rechazo en el territorio político digital. De hecho, un 49 % de la conversación tiene connotaciones negativas, mientras que un 32 % de los mensajes son positivos.

Entre las causas de dicha valoración se encuentran las críticas que lo tildan de dictador (al igual que su interlocutor), apuntando al trato que le reservó al líder norcoreano, que para los internautas fue peyorativo y discriminatorio. Por el contrario, entre las causas que se despliegan en la valoración positiva, se cuentan aquellas que lo califican como un agente de la paz mundial, y que valoran su disponibilidad y amabilidad dentro del mismo evento.

La conversación sobre Kim Jong-un

La conversación sobre Kim Jong-un, donde dicho actor es el sujeto principal del mensaje, sigue la misma lógica de la conversación general.

Figura 7. Temas y valoración en la mención a Kim



Fuente: elaboración propia

La diferencia, en el caso del líder norcoreano, con la conversación general es que se da en términos positivos (38 %), cuyo motivo principal sería su disposición a participar del evento, considerando este como un gesto de paz y de apertura del régimen norcoreano. La valoración negativa también aumenta con respecto a la conversación general (41 %), pero no de manera significativa. Entre los tópicos que más se destacan están aquellos relacionados a la incredulidad sobre una efectiva desnuclearización del país, la existencia de campos de trabajos forzados y la calificación de “dictador”.

Conclusiones

Este artículo ha contextualizado un conflicto internacional como el que surge del desarrollo de armas nucleares por parte de Corea del Norte, en el ámbito de las conversaciones en la red social Twitter, sobre la primera cumbre realizada entre los líderes de Estados Unidos y el país asiático. Confirmando la hipótesis planteada, los resultados obtenidos comprueban que prevalece la óptica de la política nacional (fuentes internas), aportando a la formación de una opinión pública plural desde la activación de comunidades antagónicas.

Tal como lo establece el marco teórico constructivista utilizado, se destaca en el análisis la importancia de las condiciones endógenas y su influencia en los actores que toman las decisiones sobre política internacional, guiando el proceso donde se elaboran las percepciones que, ordenadas por ciertas relaciones de poder, conformarán cada una de las realidades examinadas.

Ejemplo de ello es el hecho de que la conversación sobre la cum-

bre se concentró solo parcial e indirectamente en el encuentro, abriendo la posibilidad de hablar de otras cosas, tales como las cualidades de los liderazgos participantes. Asimismo, las conversaciones secundarias respondieron a un “interés endógeno de la red”, de acuerdo al entorno geopolítico y a la crítica interna, sin que fuera orientada siempre por los medios de comunicación, verificándose referencias a “espacios digitales de oposición interna”, en los que se comenta sobre eventos más propios de los gobiernos nacionales involucrados.

La aparición de conversaciones secundarias corresponde a la activación de comunidades específicas, dadas con mayor fuerza y dispersión en la fase posterior a la reunión. Aquí el centro de la conversación fue adquiriendo un tono distinto y más alejado de la conversación sobre la reunión en sí (y sobre Trump y Kim), con comunidades específicas emotivas, verdaderas “barras bravas digitales” que se despliegan cuando el sujeto central del mensaje es alguno de los dos líderes. En efecto, cuando se habla de ellos individualmente aumenta tanto la percepción positiva como la negativa, casi hasta llegar a un debate de trincheras digitales.

En la guerra de trincheras digitales, la visibilidad es relevante. En esta lógica, la mayor visibilidad que tiene Donald Trump en el mundo termina poniendo su figura al centro de la conversación (y más allá del evento en cuestión), pesando esto en su percepción negativa. Mientras que, por otra parte, la menor visibilidad que tiene Kim Jong-un (reflejada en la despersonalización de su mención) termina favoreciéndolo en términos positivos. Al mismo tiempo, se reduce el efecto mediático, más aún cuando uno de los influenciadores es un medio de comunicación que toma partido, como sucede con la presencia de Fox News al activar comunidades antagónicas, o a propósito del despliegue de ironía crítica en la red.

A la influencia de los medios se contraponen la espontaneidad de los internautas, en un juego dialéctico de posiciones convergentes y a la vez divergentes, que forman parte del extenso y variado espacio que podemos identificar como la “opinión pública en la era de las redes sociales”.

En lo que se refiere a las relaciones internacionales, esta situación facilita entender sistemas y estructuras a través de las percepciones de los actores, cuyas opiniones se orientan según la correlación de fuerzas existente. Las normas, objetivos, modelos cognitivos e identidades vigentes en los grupos de pertenencia, *trumpistas* y *antitrumpistas* del mundo occidental en el caso examinado, fijan los intereses conflictivos o cooperativos predominantes, encauzando las dinámicas en que los distintos factores en juego se ordenarán para su comprensión y tratamiento en la perspectiva del proceso histórico al que pertenecen.

Bibliografía

- @TeaPainUSA. (2017). *American Tweetheart*. CreateSpace Independent Publishing Platform. Recuperado de: <https://www.amazon.com/American-Tweetheart-TeaPainUSA/dp/1975631889>
- Alonso, M. (2016). Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 21, pp. 95-113. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870730016300060>
- Baamonde, X. (2011). Las redes sociales como herramientas de Relaciones Públicas de las instituciones europeas. *Correspondencias & Análisis*, 1, pp. 67-82.
- Freire, N. (2019). Por qué es Twitter el territorio político digital. *Revista Polis*, 15(2), pp. 39-74.
- González, F. (2019). Las redes sociales no son la opinión pública. *Mensaje*, 68(677), pp. 44+.
- González, F. & Medina, V. (2018). #Chilezuela y la política de las expectativas ficcionales en la esfera pública: una aproximación empírica al caso de las elecciones presidenciales de 2017 en Chile. Documento de trabajo. Citado por González, F. (2019). Las redes sociales no son la opinión pública. *Mensaje*, 68(677), pp. 44+
- Lizama, N. (2013). El constructivismo como nueva perspectiva para analizar las relaciones entre Estados: El caso de la crisis del gas entre Bolivia y Chile. *Universum*, 28(2), pp. 83-102. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762013000200005
- Lyons, B. & Veenstra, A. (2015). How (not) to Talk on Twitter: Effects of Politicians' Tweets on Perceptions of the Twitter Environment. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 19(1), pp. 8-15.
- Pastor, L. (2010). La construcción de la opinión pública. Recuperado de: https://luispastor.files.wordpress.com/2010/01/construccion_opinion_publica_blog.doc
- Porcelli, E. (2013). Lo esencial es invisible a los ojos. El Constructivismo en las Relaciones Internacionales. En Llenderrozas, E. (coord.). *Relaciones internacionales: teorías y debates*. Buenos Aires: Eudeba, pp. 65-105
- Rousseau, J. J. (1750). *Discurso sobre las artes y las ciencias*. Dijon, Francia: iUniverse.
- Sánchez, L. E. (2012). ¿De qué se habla cuando se habla de constructivismo? Revisión de sus clasificaciones y categorías. *Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM*, 114, septiembre-diciembre, pp. 107-129.

Wendt, A. (2005). La anarquía es lo que los Estados hacen de ella. La construcción social de la política de poder. *Revista Académica de Relaciones Internacionales*. 1, marzo. Recuperado de: <https://revistas.uam.es/index.php/relacionesinternacionales/article/view/4828/5297>