

NUNCA ES TARDE PARA LEER A TARDE: REDES SOCIALES, IMITACIÓN Y ALGORITMOS

Antonio Vargas Ríos ¹

1. Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia
oavargas@umsa.bo

Las redes sociales parecen haber creado un mundo completamente nuevo. Sin embargo, muchas de sus dinámicas (viralidad, repetición, polarización y contagio emocional) pueden entenderse mejor si volvemos a Gabriel Tarde, un sociólogo francés del siglo XIX que pensó la vida social como una cadena de imitaciones, oposiciones e invenciones.

1. EL ESPEJISMO DE LO NUEVO

Toda época tiende a imaginarse excepcional. La nuestra no solo se piensa distinta: se piensa inédita. Las redes sociales digitales han instalado la sensación de que vivimos fenómenos sin antecedentes. Viralidad, algoritmos, fake news, influencers, burbujas informativas y polarización suelen aparecer como señales de una realidad inédita, casi desligada de cualquier experiencia anterior.

La velocidad de circulación de los contenidos, la interacción inmediata y la capacidad de amplificación de las plataformas parecen haber transformado radicalmente la forma en que las sociedades producen opinión pública, organizan conflictos y construyen sentidos colectivos. En efecto, algo importante cambió: hoy una imagen, una frase, una consigna o una emoción pueden atravesar países en cuestión de segundos. Pero allí aparece un riesgo intelectual: confundir tecnologías nuevas con lógicas sociales nuevas.

Las redes no inventaron desde cero la propagación de rumores, la necesidad de reconocimiento, la repetición de conductas ni el contagio emocional de las creencias. Lo que hicieron fue multiplicar su velocidad, su alcance y su intensidad. Por eso resulta útil volver a Gabriel Tarde: no como curiosidad del pasado, sino como una herramienta sorprendentemente actual para pensar el mundo de las plataformas. En medio del entusiasmo por la novedad, Tarde permite recordar que muchas dinámicas humanas sobreviven debajo de las máquinas que las aceleran. El problema,

entonces, no es negar la novedad tecnológica, sino colocarla en su justa medida: como una poderosa aceleración de formas antiguas de influencia, repetición y disputa social.

2. GABRIEL TARDE Y LA SOCIEDAD COMO PROPAGACIÓN

Gabriel Tarde fue uno de esos autores que no siempre ocuparon el centro de la sociología, pero cuyas intuiciones vuelven a cobrar fuerza cuando cambia el mundo que intentamos comprender. Durante mucho tiempo, su obra quedó opacada por tradiciones más inclinadas a estudiar instituciones, estructuras y hechos sociales relativamente estables. Tarde, en cambio, miró otro movimiento: el desplazamiento microscópico de ideas, deseos, creencias, hábitos, gestos y emociones entre individuos (Blanco, 2010; Latour, 2002).

Esa diferencia es decisiva. Para Tarde, la sociedad no se forma únicamente mediante leyes, organizaciones o estructuras visibles; también se produce a través de innumerables procesos de imitación, invención y oposición. Hablar, vestir, consumir, indignarse, admirar a alguien o adherir a una causa son comportamientos que circulan socialmente mediante cadenas de repetición y transformación. La sociedad, desde esta mirada, no es un bloque quieto, sino un sistema vivo de propagaciones (Tarde, 1897).

En Las leyes de la imitación, Tarde entiende la imitación como una forma de acción a distancia entre espíritus (Tarde, 1903). Más de un siglo después, la idea parece escrita para describir el funcionamiento cotidiano de las redes: una imagen que se replica, una frase que se repite, una emoción que contagia, una narrativa política que se expande de pantalla en pantalla. Allí donde muchas teorías ven solamente tecnología, Tarde ayuda a ver influencia social organizada a gran escala.

Su actualidad no reside únicamente en la posibilidad de establecer una analogía ingeniosa entre el siglo XIX y las redes actuales. Su aporte mayor consiste en cambiar el ángulo de observación. En lugar de preguntar solo qué hacen los algoritmos con nosotros, obliga a preguntar también qué disposiciones humanas encuentran los algoritmos para funcionar: nuestra tendencia a imitar, buscar aprobación, reaccionar ante los otros y formar parte de corrientes colectivas de sentido.

Figura 1

Esquema conceptual: de la imitación social a la amplificación algorítmica.

INVENCION	Producción de contenidos originales (memes, narrativas, <i>hashtags</i>)
IMITACION	Replicación y adaptación de esos contenidos (<i>shares</i> , <i>remixes</i> y <i>trends</i>)
OPOSICION	Respuestas críticas, refutaciones, contra-mensajes (comentarios negativos, videos-respuesta, <i>hashtags</i> rivales)
AMPLIFICACION ALGORITMICA	Grado en el que la plataforma aumenta la visibilidad del contenido (alcance en los muros de inicio, recomendaciones “para ti” y métricas de viralización)

Fuente: Elaboración propia

Para Gabriel Tarde, la imitación puede entenderse como una acción a distancia entre sujetos (Tarde, 1903). En la era digital, esa acción se multiplica mediante pantallas, plataformas y algoritmos capaces de ampliar una emoción, una consigna o una imagen hasta convertirla en experiencia colectiva.

3. REDES SOCIALES: IMITACIÓN, EMOCIONES Y VIRALIDAD

Vista desde el presente, la intuición tardiana adquiere una actualidad notable. Las plataformas digitales funcionan como enormes dispositivos de repetición. Un meme compartido miles de veces, una tendencia convertida en desafío colectivo, una frase política viralizada o una indignación masiva se sostienen sobre una lógica elemental: la reproducción de ideas y sensibilidades entre sujetos conectados.

El “me gusta”, el compartir, el repost o el comentario no son solo mecanismos técnicos. Son formas contemporáneas de reproducción social acelerada. Cada usuario recibe contenidos, pero también los empuja hacia otros. Así, todos podemos ser, al mismo tiempo, receptores y propagadores de pequeñas cadenas de imitación. La comunicación digital no solo informa: invita a repetir, confirmar, reaccionar, corregir, burlarse o adherir.

Sin embargo, imitar no significa copiar mecánicamente. Para Tarde, toda repetición incorpora cambios. Las ideas circulan, pero en el camino se adaptan, se deforman, se reinterpretan y adquieren nuevos sentidos. Eso ocurre con claridad en el mundo digital: un meme rara vez permanece idéntico; cada comunidad lo modifica, lo usa de otra manera y lo inserta en una conversación distinta. La repetición no congela el mensaje; muchas veces lo transforma.

La viralidad, por tanto, no debe entenderse solo como velocidad. Un contenido se vuelve viral cuando logra ingresar en cadenas masivas de reproducción social. No basta con que algo aparezca en una plataforma: debe ser repetible, emocionalmente reconocible y fácil de compartir. En ese punto, la comunicación digital privilegia lo breve, lo intenso y lo adaptable. Aquello que puede ser repetido con facilidad tiene más posibilidades de convertirse en experiencia colectiva.

La dimensión emocional es decisiva. Las redes no solo viralizan información; viralizan estados afectivos. Miedo, entusiasmo, rechazo, burla o indignación pueden expandirse en pocos minutos entre personas que no se conocen, pero que reaccionan como parte de una misma corriente emocional. Esta circulación afectiva explica por qué algunas ideas adquieren rápidamente apariencia de verdad: no siempre convencen porque sean más sólidas, sino porque han sido vistas, repetidas y sentidas por muchos al mismo tiempo.

Aquí aparece una incomodidad propia de nuestra época. En un entorno dominado por la velocidad, la repetición puede confundirse con evidencia. Una afirmación reiterada miles de veces comienza a parecer cierta; una imagen compartida masivamente adquiere fuerza simbólica; una consigna breve puede reemplazar discusiones complejas. Tarde ayuda a comprender esa zona gris donde la circulación social produce realidad colectiva.

4. OPOSICIÓN, ALGORITMOS Y POLARIZACIÓN

Uno de los errores frecuentes al leer a Tarde consiste en pensar que su teoría se limita a la imitación. En realidad, también observó la oposición. Allí donde una idea se propaga, suele aparecer su respuesta contraria. Donde surge una tendencia, emerge también una resistencia. La vida social no se organiza únicamente por adhesiones compartidas; también se mueve por antagonismos que se reproducen colectivamente (Tarde, 1897).

Esta intuición ayuda a comprender la polarización digital. En las redes, cada narrativa política produce con rapidez una contranarrativa. Cada comunidad construye sus símbolos, pero también sus adversarios. Incluso los grupos enfrentados suelen usar los mismos formatos: consignas breves, imágenes editadas, videos cortos, frases emocionales y estrategias similares de viralización. Cambian los contenidos, pero muchas veces se conserva la estructura de circulación.

La oposición digital puede entenderse, en ese sentido, como una imitación invertida. Los adversarios se rechazan, pero al mismo tiempo se parecen en sus formas de actuar dentro de la plataforma. Unos y otros aprenden a simplificar, intensificar emociones, responder rápido y producir materiales fácilmente compartibles. La confrontación no rompe la lógica imitativa; en muchos casos la reproduce en sentido contrario.

La lógica algorítmica profundiza esta dinámica. Las plataformas no muestran todos los contenidos de manera neutral. Seleccionan, ordenan y jerarquizan aquello que genera más interacción. Y pocas cosas generan tanta interacción como el conflicto. La indignación, el escándalo y la confrontación producen atención; la atención produce circulación; y la circulación refuerza la visibilidad. Así, el desacuerdo deja de ser solo una consecuencia del debate público y se convierte también en combustible del sistema.

Por eso la polarización no es solo un problema ideológico. También es un fenómeno funcional al ecosistema digital. Cuanto más intenso es el antagonismo, más posibilidades tiene de circular. La oposición permanente fortalece identidades colectivas: muchas comunidades digitales se definen menos por lo que son que por aquello a lo que se oponen. En las cámaras de eco no solo se confirma una creencia; también se cultiva un adversario.

Los algoritmos no inventan estos deseos humanos. No crean desde cero la necesidad de reconocimiento, pertenencia o validación. Pero sí los convierten en datos administrables. Miden lo que miramos, cuánto tiempo permanecemos, qué compartimos y ante qué reaccionamos. Luego organizan nuestra experiencia digital a partir de esos rastros. La imitación deja entonces de ser únicamente espontánea y se vuelve parcialmente industrializada: calculada, dirigida, amplificada y convertida en modelo de negocio.

5. NUNCA ES TARDE PARA VOLVER A TARDE

Existe una paradoja silenciosa en nuestra época. Nunca antes las sociedades habían tenido tanta capacidad tecnológica para producir información, pero pocas veces el presente se mostró tan convencido de que todo comienza con él mismo. Las redes sociales, los algoritmos y la inteligencia artificial suelen presentarse como rupturas absolutas, cuando en realidad trabajan sobre mecanismos sociales muy antiguos.

Volver a Gabriel Tarde permite mirar el ecosistema digital con otra perspectiva. Lo nuevo no es la imitación, sino su escala; no es el contagio emocional, sino su velocidad; no es la oposición, sino su reproducción permanente; no es la influencia social, sino su administración algorítmica. Las plataformas no eliminaron la sociabilidad humana: la intensificaron, la midieron y la convirtieron en circulación continua.

Las plataformas digitales aceleraron la circulación de ideas, emociones y conflictos hasta niveles históricamente desconocidos. Pero detrás de esa arquitectura tecnológica siguen existiendo sujetos que observan a otros sujetos, repiten conductas, comparten símbolos, reaccionan emocionalmente y buscan pertenecer a comunidades de sentido. Incluso cuando la mediación parece automática, la materia prima continúa siendo profundamente humana.

El desafío contemporáneo, entonces, no consiste solo en comprender cómo funcionan las plataformas. También exige reconocer qué aspectos de la condición humana continúan activos detrás de ellas. Las pantallas cambiaron; los lenguajes y las velocidades también. Pero la vieja necesidad humana de mirar a otros para saber cómo actuar permanece sorprendentemente viva. Allí está, quizá, la vigencia más fecunda de Tarde.

Por eso, recuperar a Tarde no es un gesto nostálgico. Es una forma de interrogar críticamente nuestra vida entre plataformas. Frente a una época obsesionada con lo nuevo, su pensamiento recuerda que muchas veces las grandes novedades tecnológicas amplifican viejas dinámicas sociales. Y quizá por eso, para entender las redes, nunca es tarde para volver a leer a Tarde.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Blanco, A. B. (2010). *La respuesta microsociológica de Gabriel Tarde a la pregunta ¿qué es la sociedad?* Memoria Académica, Universidad Nacional de La Plata. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.4989/ev.4989.pdf

Latour, B. (2002). *Gabriel Tarde and the end of the social.* En P. Joyce (Ed.), *The social in question: New bearings in history and the social sciences.* Routledge. <https://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/82-TARDE-JOYCE-SOCIAL-GB.pdf>

Tarde, G. (1897). *Las leyes sociales* (G. Núñez de Prado, trad.). Sopena. <https://archive.org/details/BRes091691>

Tarde, G. (1903). *The laws of imitation* (E. C. Parsons, trad.). Henry Holt and Company. <https://archive.org/details/lawsofimitation00tard>