

From political rallies to 140 characters

Abstract

This article describes the profound changes that, following the advent of microblogging networks like Twitter, have taken place in the way of doing politics. New activism without intermediaries, multimedia convergence and immediate disclosure of the messages are great advantages, but at the same time there are traceable effects that can not be valued as positive in absolute terms, which implies the need for a new ethic of responsibility that links both issuers of political messages and their publics.

Keywords: Twitter, politics, convergence.

Resumen

El presente artículo describe las profundas transformaciones que, a raíz del advenimiento de las redes de *microblogging* como Twitter, se han venido dando en la manera de hacer política. Nuevos activismos sin intermediarios, convergencia multimedial e inmediatez en la divulgación de los mensajes son sus grandes ventajas, pero paralelamente se evidencian en la práctica algunos efectos que pueden no ser valorados positivamente en términos absolutos, lo que implica la necesidad de una nueva ética de la responsabilidad que vincule tanto a emisores de mensajes de contenido e intencionalidad política como a sus receptores.

Palabras claves: Twitter, política, convergencia.

Artículo: Recibido en junio 2013 y aprobado en octubre 2013

Autor: Santiago Gómez Mejía. Economista de la Universidad de Los Andes, especialista en Cooperación para el Desarrollo y magister en Estudios Internacionales de la Universidad de Barcelona. Magister en Investigación en Ciencia Política de la Universidad Autónoma de Barcelona y doctorado en Ciencia Política de la misma universidad. Actualmente decano de la Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Correo electrónico: sgomez685@unab.edu.co

De la plaza pública a los 140 caracteres

Santiago Gómez Mejía

Independientemente de si entendemos la política como un simple ejercicio de poder, como la lucha por alcanzarlo, como el desarrollo de un contrato entre la sociedad y el Estado para gestionar beneficios comunes o incluso como la disposición a actuar en comunidad utilizando el poder público organizado para lograr objetivos provechosos, entendiendo siempre que el bien común debe prevalecer sobre el particular, es evidente que con la irrupción de las nuevas tecnologías, que cronológicamente podrían coincidir con el final del siglo XX, la forma en que esta se materializa y se ejecuta, se modificó drásticamente.

Así como la creación de la imprenta, la radio y la televisión revolucionaron nuestra manera, no solo de comunicarnos, sino de entender y relacionarnos con el mundo que nos rodea, Internet representa hoy un nuevo paradigma sociológico que ha moldeado la forma en que damos, quienes ya estamos conectados, sentido a nuestra vida.

Comunicación, nuevos medios y política

Teniendo en cuenta que gracias a los medios, como dice Gitlin (2005, p.16), “procuramos consentir y satisfacer nuestros apetitos, favoreciendo la intrusión de las imágenes y sonidos en nuestra vida, dejándoles entrar y salir en una búsqueda inagotable del estímulo y la sensación”, que siempre estos han soportado y reconstruido

rituales colectivos derivados de la búsqueda y hallazgo de información, y que esta, además de convertirse en un elemento fundamental de socialización, representa el núcleo de la generación de riqueza, es indudable que los medios no solo se relacionan con el poder en la medida en que sus estructuras de propiedad así lo demuestran -en América Latina son generalmente parte de la misma estructura de poder que controla lo político-, sino porque representan figuras totémicas a través de las cuales satisfacemos como ciudadanos, muchas de nuestras necesidades.

Por eso, el actual torrente informativo al que nos auto-exponemos conscientemente, se deriva, por un lado, de la omnipresencia mediática, producto del vertiginoso desarrollo tecnológico, pero por otro, de un apetito desmedido por sensaciones como el deseo de orientación, de representación, de creación, de cercanía, de conexión, de inmediatez, de conocimiento o, incluso, de velocidad.

Internet, en esa medida, transmite información de manera permanente, y los avances digitales favorecen sin duda lo que Gitlin (2005, p.70) denomina “tecno nomadicidad”: que el individuo pueda hoy transportar su propia “corriente mediática” consigo a cualquier lugar. Quienes estamos conectados, nos comportamos cada vez más como hedonistas informáticos, sacrificando el anonimato a cambio de cada vez mayores facilidades de acceso a nuestra

privacidad, de nuestra soledad. Es la intromisión consentida. Por eso, la "nomadicidad" lleva consigo el precio de la vigilancia, y como lo ilustró magistralmente Michel Foucault (1986), esta conlleva un poder ejercido para modificar las conductas de los colectivos sociales.

La Red es entonces poder, no solo porque transmite información sino porque, gracias a la manera como nos relacionamos con ella, se derrumban las barreras que limitan lo público de lo privado. Internet se constituye así, en un medio de comunicación, interacción y organización, control y movilización social.

Y es a partir del reconocimiento de lo anterior que el ejercicio de la política entiende que apoyarse en herramientas tecnológicas como esta, puede modificar drásticamente las relaciones entre candidatos y electores, entre gobernantes y gobernados, entre vigilados y vigilantes, entre ciudadanos y Estado.

La comunicación proporciona información sobre el significado y la importancia de los hechos públicos, los interpreta y los reinterpreta. Y la comunicación digital reúne diferentes actores sociales que de otra manera no interactuarían, formando una masa crítica de opiniones sobre dichos hechos, introduciendo y reforzando valores y conductas en el público, integrando en torno a intereses particulares, transmitiendo y compartiendo actitudes, percepciones y creencias. Los medios representan, en el mediano plazo, el consenso, terminan reflejando el clima de opinión y configurando las nuevas ciudadanía. Los desarrollos teóricos más generales apuntan a que el advenimiento de la tecnología ha acercado la información y el debate al ciudadano. Los políticos exitosos tienden a convertirse así, en su mayoría, en productores mediáticos. Quieren captar, crear y cautivar audiencias. Y "en la política, como en otras formas de mercadeo, el camino del éxito se allana con las buenas impresiones" (Gitlin, 2005, p. 155) que se crean transmitiendo imágenes de los candidatos

y de los gobernantes y sus agendas, para que el público necesitado de información, las procese, utilice y retransmita.

Pero con la expansión de la cobertura de las redes sociales, la *Web* es utilizada además, como plataforma de movilización y promotora de activismos diversos, derivados, principalmente del poder que tienen los nuevos medios para cuestionar, desde varias perspectivas, el ejercicio del poder político. "[Los medios actúan hoy] como un mecanismo esencial de vigilancia...y como una garantía más de la transparencia pública propia de la democracia..." (Aznar, 2005, p.20).

Entre 2010 y 2012, por ejemplo, con la mayor parte de los medios de comunicación tradicionales censurados por las dictaduras de los países árabes, se gestó lo que terminó desencadenando en la denominada 'Primavera árabe', alzamientos populares que terminaron con una serie de gobiernos no democráticos especialmente en países del norte africano. En este caso particular, los medios y plataformas digitales se consolidaron como una forma efectiva de movilización para las masas descontentas.

Es evidente, entonces, que al menos hablar de política, y en términos más generales, comunicarla, difunde nuevas ideas en la sociedad, las refuerza y hace que estas se evalúen y revalúen, se potencia la participación cívica y se puede llegar a construir una comunidad conectada más políticamente consciente, porque "en una democracia, es el eje de la vida social y política de un país, el que los ciudadanos hablen sobre los temas de actualidad" (Mansbridge, 1999). La deliberación construye democracia, y las conversaciones sobre política cristalizan la opinión y promueven la transmisión de ideas diversas.

Plataformas convergentes y ciudadanos hiperconectados

El otro fenómeno que ha acelerado este proceso que vincula la política a los medios y la acerca a la

ciudadanía, es el de la convergencia multimedial. Jenkins (2008, p. 14) la define como un "flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas" agrupadas en un mismo medio físico o dispositivo. De esta manera se altera la relación existente entre los generadores de información y los consumidores, entre las mismas tecnologías, las industrias culturales, los mercados, los géneros, los formatos y el público. "Antes existía un universo del texto, un universo del sonido, un universo de la imagen, hoy [todo] está totalmente mezclado" (Ramonet, I., en *El poder mediático*, De Moraes, 2005, p.194).

El consumo, como fenómeno social, no exclusivamente económico, es en un mundo convergente un proceso compuesto. Tal como afirma Pierre Levy (1997), la inteligencia colectiva se constituye como una fuente alternativa de poder mediático y "estamos aprendiendo a utilizar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia" (Jenkins, 2008, p.15). "Del nivel mediático evolucionamos al multimediático, bajo el signo de la digitalización", como afirmó De Moraes (2005, p. 149).

Las redes sociales son la máxima expresión hoy de la hiperconexión promovida por la convergencia. Un mismo dispositivo provee hoy imagen, sonido, texto, y la posibilidad de intercambiar opiniones e información en tiempo real sobre temas seleccionados a la carta de acuerdo con nuestras necesidades, intereses y posibilidades. De esa manera, cada individuo conectado "construye su mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana" (Jenkins, 2008, p.15).

También la 'blogosfera', como espacio virtual interconectado, soporta los *blogs*, que son sitios *web* que recopilan cronológicamente textos, imagen y audio de autores que comparten lo que en ocasiones se parece a un diario de

opinión, en el ciberespacio. En ese sentido, se configura como una verdadera "caja de resonancia" de las opiniones de ciudadanos, que en caso de ser políticamente activos, crea un modo de participación emergente que se contrapone a las fuentes tradicionales de poder.

En las últimas campañas políticas de Estados Unidos de América, la 'blogosfera' ha movilizado y fortalecido opiniones que se materializaron en votos efectivos, se utilizó como plataforma de recaudo de aportes económicos para fortalecer el ejercicio proselitista. Los *blogs* permitieron a los candidatos establecer relaciones más cercanas a los electores potenciales -a pesar de que con esa experiencia inicial se aprendió que un seguidor no es necesariamente un votante-, facilitando el flujo de ideas diversas que garantizaron debates políticos más amplios, y les permitió dar respuestas oportunas a las dudas de quienes conformaban la masa crítica de sus campañas. Pero también favoreció a los electores y al activismo político local y nacional en la medida en que se pudieron cuestionar las propuestas de los candidatos, propagando las que se creían acertadas y necesarias, convocando rápidamente acciones civiles de promoción u oposición a las ideas que esgrimían los aspirantes a ocupar los cargos de elección popular. Es la aparición de la política desde casa. Lo que Jenkins (2008, p.233) denomina "el voto desnudo": cuando el computador permite realizar y comentar acciones públicas desde la privacidad y la comodidad de lo cercano.

Y esa "diversificación actual de los canales de comunicación [promovida y soportada por la 'blogosfera'] es políticamente relevante, toda vez que aumenta el repertorio de voces que pueden ser oídas... [Y a que] ninguna voz habla [ya] con [una] autoridad incuestionada" (Jenkins, 2008, p.211). La pocas barreras a la posibilidad de acceder -como creador o como lector- a la 'blogosfera' terminó siendo un factor determi-

nante para la propagación de una comunidad políticamente activa, beligerante, participativa, que se ha convertido en un contrapeso al periodismo dominante, cada vez menos fiable, por su vinculación económica con los partidos políticos, dirigido por sus agendas ideológicas, que oculta informaciones que contravinieran los intereses de sus socios.

Los fenómenos de la convergencia y la 'blogosfera' debilitaron así el monopolio de la información política, tradicionalmente proveniente de los mismos partidos y sus candidatos, difundidos a través de medios de comunicación politizados. La gente recuperó parcialmente las riendas del debate sobre lo público y los resultados fueron mayoritariamente creativos y constructivos, desde el punto de vista democrático. La Red favoreció así la vinculación de los organismos sociales a la escena política, gracias a la particularidad de poner a nuestra disposición varias opciones de información en escenarios multiespaciales y multitemporales.

Los *blogs* y, por supuesto, las redes sociales, se convirtieron en una manera fácil y cómoda de localizar en la Red usuarios/ciudadanos que compartieran intereses comunes -y es justamente por eso que Internet movilizó a una población políticamente más segura y consciente de su papel dentro de la democracia- expandiendo de manera viral el acceso a ideas innovadoras, o incluso revolucionarias para las sociedades conectadas y activas políticamente.

En pocos años, se estimuló, mediante estas herramientas, quizás de manera no planeada, la participación de franjas jóvenes, normalmente escépticas y altamente críticas a los sistemas políticos y su funcionamiento.

La capacidad y facilidad de producir y publicar masivamente información políticamente relevante ejerció en principio un impacto altamente democrático, distribuyendo el poder de la información y la información del

poder, desplazándola hacia los ciudadanos, promoviendo un modelo de participación cada vez más horizontal e incluyente. Se hizo cotidiano lo político. Participar en discusiones públicas con cientos de interlocutores hiperconectados a la 'blogosfera' o a las redes sociales reintegró lo político a la cultura popular.

El nuevo fenómeno del *microblogging*: de la plaza pública a las nuevas ágoras online

En julio de 2006, Jack Dorsey creó en California un servicio que permitía a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves de texto, no mayores a 140 caracteres, audio o video, que además pueden incluir enlaces a otros sitios de la Web, y compartirlos con la comunidad de seguidores que intencionalmente se han unido a su red. Hoy, dicha plataforma tiene más de 200 millones de usuarios, produce al menos 120 millones de mensajes al día y hospeda más de 800.000 peticiones de búsqueda de información o de enlace social diarias (Shiels, M., 2011). Los mensajes publicados suelen ser públicos, aunque el sistema permite una opción de emisión solo a los seguidores, que utiliza la minoría de usuarios. El gran potencial de la herramienta es que los mensajes podrían llegar a ser leídos por los 200 millones de usuarios, aún si no fueran seguidores del emisor.

Este sistema revolucionario es Twitter, que como lo hicieron otras herramientas digitales de vanguardia, eliminó los intermediarios tradicionales, y se convirtió en fuente de información indispensable para los medios masivos de comunicación, que luchan infructuosamente por equiparar la inmediatez con que las primicias saltan al ciberespacio en titulares de 140 caracteres.

En las elecciones de 2008, por ejemplo, el recién elegido presidente, Barack Obama, trino a sus seguidores al oficializar su victoria:

“Acabamos de hacer historia. Todo esto sucedió gracias a que ustedes me brindaron parte de su tiempo, talento y pasión. Todo esto se hizo realidad por ustedes. Gracias. @BarackObama”. En dicho proceso electoral, el presidente electo contó con las redes sociales como mecanismo de contacto directo con el electorado y como un medio importante de obtención de recursos para financiar su campaña mediante el aporte de voluntarios conectados.

La otra gran ventaja de Twitter, más allá de la velocidad, es que los contenidos fluyen libremente a través del sistema y están al alcance de cualquiera que forme parte de la red global que este hospeda. Las élites tradicionales que normalmente monopolizaban la información, pierden, de esa manera, poder, que recircula entre los ciudadanos enredados.

Internet pues, a través también de Twitter, profundiza la tendencia a la reterritorialización de los intercambios informativos, dando paso a una nueva esfera de relación entre lo público y lo privado, en la que se destaca la libertad de expresión con inclusión, transparencia y universalidad.

En tercer lugar, Twitter relaciona a sus usuarios por intereses, privatiza la sociabilidad. Y eso es fundamental porque permite seleccionar a quién seguir, qué tipo de información recibir, que tendencias informativas aceptar, y así “se prefigura como un ambiente complementario de divulgación y politización” (De Moraes, 2005, p. 167). El uso de redes sociales y *microblogging* se convirtió, en muy poco tiempo, en una forma de acción, organización y movilización política. Pero también, gracias a estas herramientas, es más fácil disentir, es más factible promover el disenso y la heterogeneidad política, lo que fortalece la democracia.

Tal como afirma Manuel Castells (2005, en *Internet y la sociedad red*, De Moraes, p.221) sobre las redes, lo que hace potente a Twitter, en

particular, es que “la transmisión instantánea de ideas...permite la coalición y la agregación en torno a valores” y eso es políticamente fundamental, es lo que determina la solidez de una tendencia política. Cada vez con mayor frecuencia, el poder funciona en redes globales como Twitter, y la gente construye y re-construye sus valores, sus esquemas de resistencia y de alternativa en sociedades 'glocales'.

En resumen, los *webmedia* en general, y herramientas de *microblogging* como Twitter, en particular, están en su esencia, libres de limitaciones derivadas de un soporte técnico concreto o de intenciones deliberadas de terceros, y proponen contenidos organizados por temas, a la carta, de manera selectiva e individual. La Red, así, se fortalece como medio multilingüístico, multimedial, multidisciplinario y promotor de la transmisión de heterogeneidades que, paradójicamente, terminan moldeando la opinión pública conectada.

El contacto con los más diversos portavoces, el quiebre de dichas barreras de acceso a lo público, promueven la libertad de expresión y eliminan intermediaciones tradicionales, creando, en algunos casos, otras nuevas. El ciberespacio se convierte así en un ámbito inclusivo e incluyente, permitiendo la expresión pública a los conectados, revelándolos como ciudadanos mejor informados, políticamente más beligerantes y socialmente más conscientes y activos que los ciudadanos *offline*.

Y como el acto esencial de la democracia no es el voto, sino la deliberación, así como la participación profunda, cualificada y extendida, en palabras de Levy (1997) “el ejercicio de la inteligencia colectiva en la elaboración de leyes y en [la toma] de decisiones políticas”, convierte a Internet, las redes sociales, el *blogging* y el *microblogging* en potenciadores de la democracia.