

**Yanko Moyano Díaz**

*Universidad de Barcelona*

*ymoyano@gmail.com*

### **Introducción**

La visibilidad del discurso político en Internet es un hecho ampliamente referido, ya que la cantidad de información en circulación ha alcanzado un volumen que resulta cada vez más difícil abarcar. En los últimos años, incluso, la velocidad con que se incrementa este volumen se ha ido acelerado notablemente (Hall, 2011), en una tendencia que ya comienza a generar algunas preocupaciones. Una parte de este incremento está relacionado con la incorporación de innovaciones tecnológicas que han aumentado la capacidad de producción y difusión de contenidos de los medios de comunicación de masas tradicionales (*Mass Media*). Las mismas instituciones que ya se encontraban mejor posicionadas en el «mercado de la información» han sabido aprovechar la extensión del uso de Internet, por ejemplo, y han replicado o traspasado sus contenidos habituales al universo virtual. En otras palabras, las emisoras de radio y de televisión, las revistas y los diarios, se han adaptado a la renovación tecnológica y gracias a ello han extendido su presencia a los nuevos espacios de la vida cotidiana. Algunas instituciones similares, pero de menor capital, se han beneficiado también del uso extendido de la Red –pienso en beneficios como el abaratamiento de las tecnologías de edición o la simplificación de las operaciones de difusión a través de la web–, pero este beneficio parece no haber sido suficiente para equilibrar la balanza y no ha variado de manera significativa la proporción de atención que reciben con respecto a los medios de comunicación más grandes.

Podemos concluir que ha ocurrido algo muy diferente con los llamados productores de contenidos informativos de nuevo tipo. Mucho más relevante socioculturalmente es la explosión de contenidos que ahora ponen en circulación aquellos que, hasta hace muy poco, eran apenas considerados «usuarios», o dicho de otro modo, receptores pasivos de la información (Beas, 2011). Con ello me refiero a todos aquellos contenidos que han aparecido en los últimos años en forma de blogs, foros, Tweets o comentarios en las redes sociales, así como instituciones completamente establecidas, pero cuyo funcionamiento está absolutamente subordinado a las nuevas dinámicas virtuales, como es el caso, por ejemplo, de Wikipedia.

Habría que preguntarse hasta dónde llega nuestra capacidad real para lidiar con la explosión de información que se está produciendo y en qué punto la proliferación de contenidos comienza a convertirse en un obstáculo que dificulta la concertación entre los sujetos políticos

Los más optimistas ven en este fenómeno un cambio en la correlación de fuerzas y asumen que va conformándose un nuevo escenario en que los individuos han aumentado su autonomía con respecto a los mecanismos tradicionales de distribución de la información (*Mass Media*). De ello infieren que se están creando las bases para una revitalización de la actividad política de sentido horizontal a escala global, en una tendencia que debe ir en aumento y que tendría que concretarse, más tarde o más temprano, en una nueva forma de actividad ciudadana, más activa e inclusiva. En el extremo opuesto, sin embargo, habría que preguntarse hasta dónde llega nuestra capacidad real para lidiar con la explosión de información que se está produciendo y en qué punto la proliferación de contenidos comienza a convertirse en un obstáculo que dificulta la concertación entre los sujetos políticos, que, paradójicamente, habían logrado reencontrarse gracias a esa misma explosión (Mayos, 2011). Si bien un incremento del volumen de contenidos democratiza la comunicación y hace viable un aumento de la participación política, una saturación de la información puede entorpecer el ejercicio de la comprensión, dificultar la emergencia de nuevas interpretaciones y puede llegar a empobrecer la calidad de los contactos, hasta el punto de anular su efectividad real.

### Intuición

Situémonos por un momento en el papel de Irineo Funes, aquel «memorioso» del relato de Jorge Luis Borges que podía percibir todo lo que existía a su alrededor y también recordarlo todo. La capacidad de Irineo –que era también su discapacidad– le permitía rememorar todos los detalles de un día cualquiera de su vida, pero al hacerlo ocupaba también un día. Cuenta Borges que a Funes «no solo le costaba comprender que el símbolo genérico “perro” abarcara tantos individuos dispares de diversos tamaños y diversa forma; le molestaba que el perro de las tres y catorce (visto de perfil) tuviera el mismo nombre que el perro de las tres y cuarto (visto de frente)».

Una capacidad infinita de *percepción*, de acumulación de experiencias, implica una supresión igualmente radical de las herramientas cognitivas de selección, sean estas racionales o no. Es la función que cumple lo que Kant llamó «Síntesis de la Percepción» y que, con diversos nombres y matices, sigue siendo el núcleo de buena parte de las polémicas en filosofía. Independientemente de que la capacidad de almacenamiento de las experiencias pueda ser infinita, sin una síntesis adecuada no es posible utilizar la información que se ha guardado. En otras palabras, la Síntesis de la Percepción –o cualquiera de sus equivalentes posteriores–, es la base de todo el esquema de categorías sobre el que se sustenta el pensamiento racional.

Este mismo esquema puede extrapolarse a un ámbito más general. Hasta hace algunos años ciertas instituciones cumplían una función selectiva similar, funcionando como filtros a escala cultural. Decantaban la información que no debía considerarse relevante de acuerdo con un principio de autoridad que les otorgaba la tradición, el prestigio acumulado o, sencillamente, la preeminencia otorgada por la red de instituciones político-culturales. Pero precisamente porque simplificaban la selección, también coartaban la acción individual de selección de la información y

hacían más difícil la difusión de soluciones originales o de innovaciones creativas. En ellas iban quedando acumuladas costumbres, ideologías o simplemente el conjunto de sugerencias de los actores sociales de *mayor peso*, y a través de ellas ejercían influencia sobre las prácticas cotidianas como, por ejemplo, qué libro elegir, qué periódico escoger o qué emisora sintonizar.

La llamada crítica al discurso ilustrado de la modernidad, iniciada hace ya más de dos siglos, ha ido socavando la legitimidad de instituciones como las academias de ciencia, las editoriales de renombre, la prensa de mayor tirada y ha revelado los intereses que están inevitablemente implicados en cualquier selección. Al mismo tiempo, se ha ido incrementando la importancia de los enfoques singularizados y con ello el interés por preservar los espacios de decisión individuales y circunstanciales. Con ello, el sujeto cotidiano, real, se ha liberado de buena parte de los criterios generales que predisponían su decisión, pero, precisamente a causa de ello, ha quedado un poco más aislado.

Por último, la explosión de los contenidos de que hablábamos y la transformación del modelo general de difusión de informaciones han vuelto anacrónicos los criterios valorativos anteriores. Se ha transformado definitivamente el gusto de los antiguos usuarios de la información –ahora internautas– y un nuevo paradigma de la comunicación se va abriendo espacio. En este, los contactos inmediatos y el contacto persona-persona reciben una atención creciente y ello ha hecho que las instituciones tradicionales hayan ido perdiendo la poca influencia que conservaban. No hay duda de que con ello se ha liberado y democratizado las prácticas de selección de la información, pero también se han homogeneizando las soluciones y complejizado la red de referencias comunicacionales.

En su estado actual, la Sociedad de la Información está a punto de convertirse –si no se ha convertido ya– en una especie de Irineo Funes, llena de *recuerdos* por los que pasamos a una velocidad asombrosa y que no sabemos muy bien cómo guardar. Gracias al desarrollo de las herramientas tecnológicas podemos, es cierto, *almacenar* recuerdos con una fidelidad asombrosa, pero solo sabemos hacerlo como Funes. De momento no contamos con herramientas que se adapten a las nuevas formas de la experiencia comunicativa y, aunque se está trabajando en el tema, los contenidos todavía desbordan nuestras capacidades científicas para calificarlos, jerarquizarlos y operar con ellos. O sea, acumulamos los contenidos desvinculados de un sistema de categorización jerárquica que permita operar eficientemente con todos *los perros* del mundo como singularidades de un único concepto *perro*.

Entonces, ¿significa que ya no estamos seleccionando la información? Imposible. Si eso fuera cierto, tendríamos que aceptar también que todo el contenido con el que lidiamos diariamente llega a nosotros de forma absolutamente aleatoria. Resulta evidente que ello no es cierto y es fácil comprobarlo en la práctica. De lo dicho hasta aquí, no obstante, lo que sí se desprende es que la selección no se realiza sobre criterios racionales. Nuestra hipótesis es que se realiza intuitivamente.

A falta de una nueva herramienta de jerarquización de contenidos, legítima y generalizada, continuamos *seleccionando* los contenidos porque ello es inevitable y lo hacemos *como podemos*. Esto es, aplicando

La llamada crítica al discurso ilustrado de la modernidad, iniciada hace ya más de dos siglos, ha ido socavando la legitimidad de instituciones como las academias de ciencia, las editoriales de renombre, la prensa de mayor tirada y ha revelado los intereses que están inevitablemente implicados en cualquier selección

La praxis política en el espacio virtual, como cualquier otra dimensión de la navegación, es un ejercicio permanente y apresurado de selección de contenidos

intuitivamente y sin mediación crítica algunos de los principios que ya se habían modelado en la época de la información escrita en papel. Por esta razón, los criterios de selección y las selecciones mismas son cada vez más difíciles de evaluar en términos de buenas o malas, verdaderas o falsas. Tampoco resulta factible *predecir* qué contenidos serán privilegiados en cada uno de los casos, más allá de la elaboración de suposiciones a partir de análisis estadísticos elaborados *a posteriori*. No obstante, lo que sí nos parece provechoso es describir tendencias generales, propias de la mentalidad de nuestro tiempo y rastrear su presencia en casos específicos, intentando verificar su pertinencia y justificar alguna noción menos exacta pero más acertada de los mecanismos de elección de los contenidos políticos en la red.

## Visibilidad

No hay duda de que la necesidad de maximizar la eficiencia en la distribución de nuevos contenidos se ha vuelto un tema prioritario. Cada discurso que entra en circulación se juega una parte muy importante de su valoración en el nivel de visibilidad que es capaz de alcanzar y mantener. Como se ha repetido ya en innumerables oportunidades, el recurso más valorado de nuestros días es el tiempo, y ello es aplicable, sobre todo, a los usuarios de la web. En el caso de la acción política en Internet, esta necesidad de captar la atención resulta del todo acuciante. La praxis política en el espacio virtual, como cualquier otra dimensión de la *navegación*, es un ejercicio permanente y apresurado de selección de contenidos. Los internautas discriminan sucesivamente aquello que creen que no merece atención y conservan unos pocos contenidos que son los que realmente inciden en la formación de las representaciones políticas. En un nivel muy elemental, la Red bien podría estar repleta de iniciativas políticas con las mejores intenciones, pero solo unas pocas llegan siquiera a valorarse socialmente.

En las condiciones de una selección de información intuitiva, acrítica, como la que hemos descrito, algunos contenidos se separan del resto y alcanzan mayor notoriedad. A la condición general que estimula esta separación es a lo que llamamos «visibilidad» de un contenido. Como es de suponer, al intentar destacar –hacerse visibles–, los contenidos tienden a adaptarse a las condiciones que facilitan su recepción e incitan a su redistribución (Aced, 2009). Ello incluye de manera muy especial los contenidos políticos. Si queremos comprender las condiciones de esta selección, no deberíamos restringirnos al estudio de los efectos de las innovaciones tecnológicas y su impacto en la transformación del modelo de comunicación. Deberíamos comprender mejor el marco general que condiciona el modelo de comunicación vigente, o sea los presupuestos generales de la selección intuitiva, que a fin de cuentas son los que están favoreciendo unas elecciones sobre otras.

Esto precisamente es lo que nos proponemos hacer en este artículo. Describiremos algunas de las condiciones de la elección intuitiva de contenidos, o directamente lo que llamaremos condiciones de la «visibilidad» en Internet. Estas condiciones son: novedad, publicidad y prestigio social, todas descritas originalmente en el contexto general de la experiencia cotidiana contemporánea. Intentaremos mostrar cómo se integran, además, en una dinámica general de la reproducción de

la experiencia política en Internet. Para ello nos apoyaremos en dos fenómenos políticos muy relacionados con el modelo de comunicación global: el movimiento zapatista chiapaneco y el movimiento de blogueros cubanos.

No intentaremos demostrar que estas condiciones de la visibilidad tienen que considerarse *causas* del grado de atención y difusión que alcanzan ambas propuestas. Lo que nos interesa es verificar que estas condiciones aparezcan integradas en el corpus discursivo de dos fenómenos políticos y que, a la vez, han sido consideradas entre los fundamentos de la experiencia cotidiana de nuestro tiempo. La pregunta que hay que responder es la siguiente: si, como ya lo hemos enunciado, partimos de la hipótesis de que existe una relación directa entre intuición y visibilidad, ¿qué condicionamientos de la experiencia contemporánea están implícitos en las dos propuestas políticas a las que nos referiremos?

Resulta interesante que a pesar de que zapatistas y blogueros remitan a conglomerados simbólicos casi divergentes política y culturalmente, los dos acaban cumpliendo con las mismas condiciones generales de visibilidad que ya hemos enunciado. Gracias a ello captan el interés de internautas muy distantes geográfica y culturalmente, y les involucran hasta tal punto que son ellos los que finalmente garantizan la supervivencia de los productores del contenido. Se cuenta que en los años más duros de las dictaduras militares en Latinoamérica, los detenidos intentaban gritar su nombre con todas sus fuerzas mientras la policía se los llevaba. Lo hacían con la esperanza de que pudieran escucharles algunas personas y así reducir, aunque fuera un poco, la impunidad y quizás evitar que les hicieran desaparecer. Entre tweets, e-mails, fóruns, blogs y páginas web, si logran hacerse visibles, no hay duda de que los gritos virtuales de hoy tienen muchas posibilidades de ser escuchados, más allá de una calle y por unos cuantos vecinos más.

## Zapatistas y blogueros

Probablemente produzca cierto desconcierto la decisión de incluir estas dos experiencias en un mismo artículo. Somos conscientes de que, cada una por su lado, han sido empleadas reiteradamente dentro de retóricas políticas casi siempre opuestas. En el caso zapatista, su aparición en el escenario político de los años noventa inauguró la tendencia hacia una *izquierda* de nuevo cuño, que poco a poco ha ido creando su propio discurso. A pesar de su novedad, en este como en cualquier otro imaginario político emergente, se mezclan símbolos recientes con otros más antiguos, como es el caso de la revolución cubana. Las representaciones más extendidas se construyen a partir de oposiciones simples; así, de la misma manera que términos como Estados Unidos, neoliberalismo y Banco Mundial se encuentran todos en un lado, en el otro también se solapan irreflexivamente términos como zapatismo, Fidel y revolucionario. Ello también provoca que los autores de blogs cubanos, descontentos todos con el orden político de la isla, sean todos *imaginados* en oposición al subcomandante Marcos, independientemente de los matices que puedan añadir otros análisis más razonados.

No es este el espacio para profundizar en el modo en que se producen estas conexiones ni tampoco para discutir sus consecuencias. Sin entrar a

La pregunta que hay que responder es la siguiente: si partimos de la hipótesis de que existe una relación directa entre intuición y visibilidad, ¿qué condicionamientos de la experiencia contemporánea están implícitos en las dos propuestas políticas a las que nos referiremos?

discernir la veracidad y el alcance de este esquema, nosotros simplemente lo consideraremos *vigente*. Basado en ello, nos ha interesado mostrar que más allá de sus diferencias –en este caso producidas por las representaciones políticas habituales: *izquierda* y *derecha*–, ambos comparten condiciones de visibilidad muy similares.

Nos gustaría señalar otra diferencia que también hace más llamativas las coincidencias que describiremos: los dos casos corresponden a momentos del desarrollo de Internet muy diferentes. El fenómeno zapatista corresponde a una primera etapa: fue *descubriendo* las potencialidades de la Red al mismo tiempo que Internet fue creciendo. En enero de 1994, momento de la irrupción del Movimiento Zapatista en el panorama político mexicano, no existía prácticamente ninguna de las características de la navegación con las que ahora estamos familiarizados. Debemos recordar que no fue hasta 1998 cuando la web comenzó verdaderamente a despegar en términos de extensión de su uso, hasta llegar a 200 millones de usuarios en el año 2000, a 1.000 millones en 2006 y a 1.800 millones en la actualidad. Por otra parte, el tipo de mensaje emitido seguía modelos tradicionales. Respecto al formato general de sus mensajes –cartas, comunicados, narraciones– no había una innovación relevante en relación con otras prácticas que ya eran habituales. Será en otro sentido que la Red se convertirá en una herramienta importante: en la inmediatez que aporta, la facilidad para producir sus propias informaciones y en la capacidad para evadir cercos informativos y proyectar sus contenidos a escala global.

Los llamados blogueros cubanos siguen una dinámica completamente diferente. El blog «Generación Y», que es el más conocido, se creó en abril de 2007. El mismo soporte blog está vinculado con la facilidad que existe hoy para crear espacios propios de distribución de los contenidos. Incluso en el contexto cubano, con una restricción importante del acceso a Internet y con velocidades de conexión que difícilmente superan los 56 Kbps, el soporte blog permite mantener una plataforma lo suficientemente funcional como para mantener la atención de internautas más *avanzados* tecnológicamente. Hace algunos años, la imposibilidad de hacer transacciones monetarias desde Cuba y la precariedad de las conexiones difícilmente habrían permitido la aparición de un espacio web como los que se han activado en los últimos años. Posteriormente, se han vuelto relevantes otras herramientas, también relacionadas con esta segunda etapa de la web. Se ha extendido el uso de Tweeter, lo que ha aportado una dosis de inmediatez y ha servido para contener mayores represalias del Gobierno cubano.

### **Novedad, publicidad y prestigio social**

La primera de las condiciones de visibilidad que habíamos mencionado se refiere a la mayor atención que reciben aquellos contenidos que rompen la continuidad del modelo generalizado de representación de la realidad. Podría decirse que estos contenidos aparecen como una *novedad* informativa y producen un impacto que obliga a recomponer esquemas. Generan una sorpresa que convierte en imposible la interpretación *usual*. Este impacto proviene de la dificultad para conectar los nuevos contenidos con otros hitos informativos que le rodean y, para entenderlos, se vuelve necesario revisar y reconfigurar las relaciones entre las informa-

ciones que ya se tenían. El mecanismo del efecto es similar al que Paul Ricoeur (1980, 2003) describía en la metáfora. A partir de la innovación interpretativa a que obliga la metáfora –entendida como tensión entre significados contradictorios–, los relatos *abren* un arco interpretativo que estimula un proceso hermenéutico, que a su vez conduce a un replanteamiento de la relación entre el lector y el mundo. En nuestro caso, la tensión se produce a partir de la incompatibilidad entre lo que se espera que haya sucedido, como significado primero, y la dificultad de los nuevos datos que aporta la información *novedosa*. Y también desemboca en una reconfiguración de los significados y de las representaciones políticas que se derivan de ellos.

Gilles Lipovetsky (2002) se refiere a esta influencia de lo novedoso como condición general de la posmodernidad. Si bien se ha descrito en abundancia la relación que existe entre el modo de producción capitalista y la necesidad de una oferta de consumo permanentemente renovada, ello no acaba de explicar la importancia que ha adquirido la novedad por el lado de la demanda. El propio Lipovetsky recuerda que Baudrillard y Bourdieu intentan explicar esta relación incorporando el análisis de los fenómenos de distinción simbólica de las identidades de clases. Pero en *El Imperio de lo efímero* agrega un nivel adicional. Lipovetsky reivindica la profundidad del fenómeno de la moda y explica la relación que existe entre una pulsión casi obsesiva por lo nuevo y los procesos de desarrollo de la subjetividad moderna y de la personalidad en general. Se trata, en última instancia, de un sujeto que lleva hasta sus últimas consecuencias la idea de libertad, a partir de la recomposición permanente de las imágenes de sí mismo que escoge proyectar diariamente.

En el contexto cubano –con un control importante de los medios de comunicación por parte del Estado–, la aparición de un emisor de contenidos informativos *diferente*, como hecho a sí mismo, resulta ya una novedad que distorsiona las representaciones del modelo político socialista. Solamente porque existe, ya sorprende. Despierta la curiosidad e incita al debate, incluso antes de comenzar el análisis de los contenidos concretos de sus propuestas. Ello lleva a replantear el valor que tradicionalmente se ha dado a la audiencia en términos absolutos. Como es evidente, la difusión de contenidos que permiten los blogs, analizados desde un punto de vista puramente cuantitativo, no puede compararse con la que permiten los medios oficiales. Su capacidad para lograr una audiencia *numerosa* es bastante reducida, sobre todo si tenemos en cuenta que, en una sociedad como la cubana, el Estado restringe el acceso a Internet y controla *todos* los contenidos de *todos* los canales de televisión, emisoras de radio y publicaciones. Aun si aceptáramos la acusación del Gobierno de la isla de que los blogueros reciben apoyo desde Estados Unidos, en el escenario más radical estaríamos considerando ayudas en el orden de los cientos de miles de dólares, lo que sigue siendo irrisorio en comparación con los recursos que tiene a su disposición cualquier Estado, por muy arruinado que se encuentre. No cabe duda, entonces, de que la definición de «impacto» tiene que ser reformulada y debe dar paso a una valoración que considere la repercusión acrecentada que producen las apariciones excepcionales, las diferencias, las novedades.

En este caso, además, se aprecia muy bien cómo el interés por la novedad avanza paralelamente a la reafirmación de la libertad individual. La elección por lo diferente reivindica la posición independiente de cada

En el contexto cubano la aparición de un emisor de contenidos informativos diferente, como hecho a sí mismo, resulta ya una novedad que distorsiona las representaciones del modelo político socialista. Solamente porque existe, ya sorprende

La abundancia de detalles personales que aparecen en los comunicados del subcomandante Marcos favorece la creación de una atractiva intimidad entre el lector y el emisor de las propuestas políticas. Lo mismo sucede con Yoani Sánchez, la más conocida del grupo de los blogueros cubanos

uno de los individuos que se involucran en la emisión de nuevos contenidos y de nuevas interpretaciones del entorno sociopolítico. En el lado opuesto quedan aquellos otros que continúan *atados* al pasado, o sea, reproduciendo los mensajes que emiten los medios informativos oficiales. Mientras estos continúan reproduciendo los discursos convencionales –sujetos a sus categorías y, sobre todo, sujetos al modelo de difusión imperante–, los que reivindican su autonomía se *liberan* afirmando su diferencia, su individualidad, en la medida en que aprovechan las oportunidades expresivas que encuentran en el uso de las nuevas tecnologías.

La guerrilla Zapatista también sorprendió. Su aparición en un momento tan cercano al colapso del socialismo soviético proponía, por sí sola, un acertijo. ¿Cómo identificarla? ¿Narcoguerrilla? ¿Comunismo trasnochado? ¿Guerrilla posmoderna? Creaba una duda porque constituía, ante todo, una novedosa referencia, que contrastaba con el anuncio del fin de los enfrentamientos globales, de los grandes relatos de la modernidad y de la ideologización de la experiencia cotidiana. En la nueva propuesta, además, los *personajes* clásicos de la liberación se reinventaban. Aparecían nuevos detalles en el *uniforme*, que rompían con la monotonía de la disciplina militar y destacaba la abundancia de *artefactos* tecnológicos, signos del arraigo en una época diferente. Por último, en sus textos, a pesar de que resultan evidentes las afinidades con clásicos latinoamericanos como M. Benedetti o E. Galeano, la traslación de este estilo al campo de la política real y su desenfado a la hora de combinar registros representó una clara ruptura con los manuales marxista-leninistas o, incluso, con el estilo conversacional y directo de Fidel Castro –también desenfadado pero mucho menos simbólico y lúdico–.

Un segundo elemento que también estimula la condición de visibilidad es el podríamos asociar a la *seducción de la publicidad*. John B. Thompson describe muy bien este proceso en dos de sus textos (Thompson, 1998 y 2002). Desde su punto de vista, el largo proceso del desarrollo de la modernidad es –sin contradecir otros análisis más tradicionales– un largo proceso de exposición pública del antiguo ámbito de la vida privada, de publicidad de la vida íntima. En el nuevo espacio público contemporáneo se encuentran fundidos elementos que antes no interesaban y que acaban por influir en las decisiones de los ciudadanos. Un ejemplo paradigmático es el caso Clinton-Lewinsky, que alcanzó una repercusión imprevisible en los Estados Unidos. Cualquier mínima comparación entre los debates producidos a propósito de este caso y, por ejemplo, los que produjeron las *equivocaciones* de la Administración Bush unos pocos años después indica un cambio importante en la naturaleza del escándalo político y revela cuáles son los contenidos que más influyen en la formación de la opinión pública. A este cambio se refiere Thompson, a la seducción que produce en toda la sociedad y a la transformación del discurso político que estimula.

La abundancia de detalles personales que aparecen en los comunicados del subcomandante Marcos favorece la creación de una atractiva intimidad entre el lector y el emisor de las propuestas políticas. Lo mismo sucede con Yoani Sánchez, la más conocida del grupo de los blogueros cubanos. Escribe sus críticas políticas en la forma de crónicas que reproducen la intimidad de su experiencia personal de Cuba. En ambos casos, las representaciones personales se convierten rápidamente en representación compartida de la realidad social. La identificación entre

la experiencia pública y la privada acaba siendo tan *natural*, que resulta contraproducente que se intente plantear la correspondencia entre su representación y la representación general, pues no hay involucrada ninguna condición epistemológica que pretenda constituirse como garante de la veracidad del discurso.

Ello sucede porque el discurso intimista, como hecho público, no responde a la dicotomía verdadero-falso. Solamente necesita ser aceptado como próximo, posible, verosímil. Y lo logra cuando produce una sensación de afinidad entre la percepción de la vida íntima del lector y lo que este espera que sean las otras percepciones y las otras vidas íntimas de su entorno. En otras palabras, cuando este lector justifica una concepción del espacio público, general, basada únicamente en una proyección general de la percepción propia, íntima.

Pero no toda la fuerza de los contenidos de Internet proviene de la capacidad autónoma de legitimación social que va alcanzando el universo de las nuevas tecnologías. El interés que despiertan los fenómenos relacionados con el ciberactivismo político no debe hacernos olvidar la fuerza y el prestigio que todavía conservan las instituciones tradicionales involucradas en la difusión de la información. Hay que recordar, por ejemplo, que el primer contacto del zapatismo con *el mundo* se produjo por vía tradicional, gracias a la cobertura que le brindaron medios informativos de prestigio como el diario mexicano *La Jornada*. Poco a poco se fue estableciendo una plataforma de comunicación directa a través de la Red, pero entonces el interés ya se había consolidado.

Algo muy similar sucede en el caso de los blogueros cubanos. A pesar de que su punto de partida ha sido la web, el grupo se fortalece y gana capacidad de difusión a partir del apoyo que han recibido en forma de premios internacionales y por las referencias periódicas que encontramos en los medios de comunicación mejor establecidos. Es muy demostrativa, aunque poco novedosa, la estrategia con la que el Gobierno cubano intenta anular la influencia de los activistas. En lugar de atacar directamente los contenidos de los blogs, se concentra en deslegitimar los premios que reciben, revelar supuestas fuentes de ingresos antipatrióticas y publicitar sus relaciones con instituciones políticas más fáciles de estereotipar ideológicamente. No por conocida, esta estrategia deja de poner de manifiesto la relación que todavía existe entre el activismo 2.0 y las instituciones tradicionales, de las que sigue dependiendo una dosis apreciable de su legitimidad.

## A modo de conclusión

Hasta aquí hemos descrito dos fenómenos de difusión de contenidos políticos por Internet, partiendo del supuesto de que existe una relación directa entre *intuición* y *selección* de la información. Hemos intentado mostrar que al menos tres de las condiciones que favorecen la selección han sido postuladas previamente para explicar mecanismos más generales, relacionados con la experiencia contemporánea como conjunto. Al constatar su presencia en los dos casos abordados, hemos concluido que el análisis del nuevo escenario de una sociedad de la información no puede limitarse al estudio de los efectos de las innovaciones tecnológicas. Remite, asimismo, al estudio de los presupuestos generales de la expe-

El interés que despiertan los fenómenos relacionados con el ciberactivismo político no debe hacernos olvidar la fuerza y el prestigio que todavía conservan las instituciones tradicionales involucradas en la difusión de la información

El análisis del nuevo escenario de una sociedad de la información no puede limitarse al estudio de los efectos de las innovaciones tecnológicas. Remite, asimismo, al estudio de los presupuestos generales de la experiencia, o lo que podríamos llamar también la composición un modelo de subjetividad contemporánea

riencia, o lo que podríamos llamar también la composición un modelo de subjetividad contemporánea. En esta línea habría que preguntarse por la relación entre los condicionantes de la visibilidad abordados y lo que podríamos llamar «estructura no-consciente de la comprensión política».

En uno de los modelos de la comunicación política más actual, George Lakoff aborda el estado del debate político norteamericano a partir de la evidencia de que existen procesos mentales que anteceden al pensamiento racional y predefinen buena parte de las decisiones cotidianas (Lakoff, 2008). En su modelo tienen un rol central mecanismos cognitivos no-conscientes muy arraigados culturalmente –marcos, metáforas conceptuales y prototipos–, a partir de los cuales postula una interesante relación entre experiencias retóricas emergentes (como las que hemos abordado en este artículo) y las interpretaciones políticas más extendidas entre los ciudadanos.

Superada la fase de una primera exploración, nuestro análisis solo puede estar completo si intenta comprender también la función de la tradición en la selección e interpretación de los contenidos. Por ejemplo, temas que hemos dejado pendientes como la remisión de la figura del subcomandante Marcos a la del Che Guevara, o el personaje de Don Durito –el personaje de las historias zapatistas– con un papel simbólico que corresponde a Don Quijote en el discurso político de la izquierda latinoamericana solo pueden ser tratadas en este nivel no-racional. Lo mismo sucede con el blog «Generación Y» y la ruptura que provoca en la tradicional dualidad revolucionario-contrarrevolucionario, fundamental para comprender la dinámica política cubana de los últimos 60 años.

Si aplicamos la propuesta de Lakoff a nuestros dos casos, el análisis que aquí hemos desarrollado conduce a un nivel más complejo en el que no solo habría que abordar las condiciones de visibilidad, sino la relación entre estas y el modelo cultural cognitivo que le sirve de supuesto. Incluso, en una fase todavía más ambiciosa, habría que intentar comprender las relaciones que se establecen entre los distintos escenarios simbólicos que *tropiezan* en la Red –teniendo en cuenta la diversidad cultural de los individuos que navegan– y plantear la posibilidad de que se estuviera formando un modelo de comprensión política exclusivo en la comunidad política virtual.

## Referencias bibliográficas

Aced, Cristina. *Visibilidad: cómo gestionar la reputación en Internet*. Barcelona: Gestión 2000, 2009.

Beas, Diego. *La reinención de la política: Obama, Internet y la nueva esfera pública*. Barcelona: Península, 2011.

Baudrillard, Jean. *El Sistema de los objetos*. México, D.F.: Siglo XXI, 1999. (16a ed)

– *La Economía política del signo*. México, D.F.: Siglo XXI, 1974.

Bourdieu, Pierre. *La Distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.

Dijk, Teun van. *Discurso y poder: contribuciones a los estudios críticos del discurso*. Barcelona: Gedisa, 2009.

– *Sociedad y discurso: cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación*. Barcelona: Ed. Gedisa, 2011.

EZLN. *Cartas y comunicados del EZLN, 1994-2005* (en línea) [Fecha de consulta octubre 2011] <http://palabra.ezln.org.mx/>

Hall, Wendy. «The Ever Evolving Web: the Power of Networks». *International Journal of Communication*, n.º 5 (2011), p. 651-664.

– «The Emerging Science of the Web and Why it is Important». *Compute 2010: Annual Conference of the ACM Bangalore Chapter*, 21st January 2010, Bangalore, India.

Ignatieff, Michael. «Cleverness is All». *The Independent* (7<sup>th</sup> January 1989).

Lakoff, George. *The Political Mind: Why You Can't Understand 21st-Century American Politics with an 18th-Century Brain*. New York: Ed. Viking, 2008.

Lakoff, George y Johnson, Mark. *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, 2004.

Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 2002 (8a ed.).

Lorda, Clara Ubaldina y Ribas, Montserrat (coord.). *Anàlisi del discurs polític. Producció, Mediació i Recepció*. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2002.

Mayos, G. y Brey, A. (eds.). *La sociedad de la ignorancia*. Barcelona: Península, 2011.

Ricoeur, Paul. *El Conflicto de las interpretaciones: ensayos de hermenéutica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2003.

– *La Metáfora viva*. Madrid: Ed. Europa, 1980.

Robles, José Manuel. *Ciudadanía Digital*. Barcelona: Ed. UOC, 2009.

Salmon, Christian. *Storytelling. La máquina de hacer historias y formar las mentes*. Barcelona: Península, 2008.

Thompson, John B. *Los Media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1998.

– *El Escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de –*. Barcelona: Paidós, 2001.

Varios Autores. *Desde Cuba. Un portal de periodismo cubano* (en línea) [Fecha de consulta octubre de 2011] <http://www.desdecuba.com/>

