



Tipo de documento: Tesis de Doctorado

Título del documento: ¿Qué es el teje en la Web?: variaciones de la palabra política en Internet. Apéndice

Autores (en el caso de tesis y directores):

María Elena Qués

Emilio de Ipola, dir.

Guiomar Elena Ciapuscio, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Apéndice 1. Entrevistas

Elsa Álvarez

1. MARIA ELENA QUES: Me interesaría es que me cuentes un poco cuál es tu visión de esta especie de confluencia de la política con Internet, con las nuevas tecnologías, con la comunicación a través de Internet, ¿si lo usas o no? ¿Por qué? ¿Qué te aporta? Contame un poco tu experiencia.

EMA: Bueno, yo soy Elsa María Álvarez, soy de la Provincia de Santa Cruz, soy Diputada Nacional por la Unión Cívica Radical y estoy cumpliendo mi mandato desde el 2009, ingresé con el diputado Eduardo Costa y fue cuando triunfamos sobre el Frente Para la Victoria (...) de la Unión Cívica Radical. Bueno, básicamente, integro siete comisiones.

¿Viste que se renuevan cada dos años? Bueno, este año renové pero solamente para cambiar dos de ellas porque me mantuve en el resto que tienen que ver básicamente con las necesidades de mi provincia.

En realidad mis hijos han crecido en ese ambiente y con esa tecnología. Yo también he incursionado y cada vez lo hago más, en principio, bueno, con el uso de Internet, manejo de los mails y bueno de comunicarse en minutos, en instantes, vía mail con cualquier lugar del mundo, recibir información y poder acceder a informarse y comunicarse a través de Internet. Algo...

ME: O sea, que vos decís, ¿cuándo decís acceder a información por ejemplo para armar los proyectos, para debate en comisiones, información de otras legislaturas, o más con tu base, con tu provincia?

EMA: En realidad por las dos vías porque, obviamente, si yo estoy aquí en Buenos Aires, estoy constantemente abriendo todas las mañanas, o por lo menos dos o tres veces al día, para seguir cómo está la situación en mi provincia que lamentablemente tengo que decir que está en una situación de crisis total en la cual aparentemente -aparentemente digo porque realmente nunca se sabe cabalmente cómo es esto- se encuentran enfrentados el oficialismo, Frente para la Victoria y nuestro gobernador, el que resultó electo en las últimas elecciones, lo cual tiene cautivo a todos los santacruceños.

ME: Sí, los dos oficialismos, el nacional y el provincial.

EMA: Obviamente, un legislador que está representando una provincia, en cualquier condición, tiene la obligación de estar informado y, a su vez, no solamente la utilizo para estar informada, sino desde la campaña, digamos porque antes no lo hacía, pero desde el año 2009, me abrí un Facebook en el cual, bueno, uno empieza tímidamente a incursionar en eso y realmente hoy te podría decir que no sé si llamarlo una adicción, pero me levanto y lo primero que hago es encender la computadora y revisar mi casilla de Facebook. Y, a su manera, me permite también comunicar - lo acabo de hacer desde la sesión- lo que estamos haciendo día a día aquí, hacerlo llegar a los demás seguidores, amigos de la Provincia y de fuera de la Provincia.

ME: Claro, ¿vos subís por ejemplo qué tipo de cosas?

EMA: Todo, o sea toda la actividad que intento comunicar. Por ejemplo, hoy a la mañana, al mediodía, ni bien comenzó la sesión de presupuesto, hice un comunicadito breve en el cual indicaba que estábamos haciendo un tratamiento express de la ley de leyes y contaba que, obviamente, no estoy de acuerdo con este tratamiento porque no se respetaron los plazos que se deben seguir para tener realmente el dictamen correspondiente y estudiarlo como se merece la ley de leyes. Pero, bueno, eso es algo que hago todos los días. Por ejemplo, la semana pasada hice la presentación, con mi equipo y con profesionales y ONG's que me han ayudado, de un programa nacional de enfermedades neurológicas crónicas. Es un proyecto de ley que presenté en sociedad, digamos, ahí, pero que venimos trabajando desde hace un año, y fijate la importancia del

Facebook en este caso porque inicia este tema una chica de mi pueblo que me viene a ver aquí a Cámara de Diputados...

ME: ¿Tu pueblo es?

EMA: Puerto San Julián, Provincia de Santa Cruz. Que me viene a ver a Cámara de Diputados y que me trae también a Javier Lombardo, el actor, los dos enfermos del mal de Parkinson. A partir de ahí, me contaron un poquito su historia, no te lo quiero hacer muy largo, ellos me cuentan... Específicamente Silvana, que es la chica de mi pueblo, no tanto por ahí las personas que viven en Capital Federal o cerca, en los alrededores del Gran Buenos Aires porque tienen acceso a todas las especialidades, por ahí con algunas horitas de viaje, más centros médicos, la posibilidad de acceder a los medicamentos y demás. Bueno, esta gente, o sea estas dos personas se conocieron a través de las redes sociales, Facebook. Javier Lombardo cuando se entera de su diagnóstico crea un grupo que se llama la enfermedad Faro del Alma en el cual hoy cuenta con amigos de todo el mundo. Y Silvana a su vez por otro lado crea "Todos unidos por la ley del Parkinson". Ellos desde esos foros comenzaron a juntar gente y, a su vez, a bajarme inquietudes...

ME: Claro, en localidades distantes...

EMA: Claro, y a su vez básicamente porque toda la gente que padece este tipo de patologías, a eso apunta el proyecto, y que se encuentran en ciudades del interior se ven imposibilitados de acceder a medicación, controles neurológicos y de todo tipo

ME: Por eso a mi me interesa entrevistar a políticos del interior del país porque suponía que el tipo de uso y el tipo de practicidad que este tipo de cosas es diferente,

EMA: Nuestra provincia, por ejemplo, nuestra provincia, la comunidad donde yo vivo, Puerto San Julián, los diarios del día llegan a la tarde, cuando las noticias, que es todo tan dinámico, ya son las del día de ayer, estás siempre un paso atrás. En principio, como dije, me resistía un poco al tema del Facebook, realmente ahora comunico todas mis actividades. Pero por otra razón, también te voy a decir, yo soy radical, la provincia de Santa Cruz, la mayoría de los medios de comunicación, escritos y el único canal de televisión que tenemos es oficialita, por lo tanto la posibilidad de acceder a comunicar nuestras acciones o nuestros proyectos en Santa Cruz es difícil. Si bien yo soy conciente de que tengo que comunicárselo a los ciudadanos que represento recorriendo cada una de las localidades de la provincia y también lo hago a través de un boletín escrito porque no todas las personas acceden a las redes sociales, la mayoría sí lo hacen y bueno, o tal vez también sirve para un boca en boca de todo lo que vamos haciendo. Y como última, ahora -que esto no lo estaba haciendo a principios de agosto- incursioné también en el Twitter, entonces comunico por las dos vías.

ME: Y eso te quería preguntar, por ejemplo, comparando Facebook con Twitter, ¿tenés un estilo distinto para comunicar en uno y en otro?

EMA: En realidad, el Twitter te permite sólo 140 caracteres, por lo que tenés que ser muy sintético en el tema de lo que querés comunicar y que a su vez atrape digamos para que te sigan. El Facebook por ahí me permite, por ejemplo si hoy mirás el speech del presupuesto, como que me saqué un poco la bronca, de despachar en que sentido voy a votar y por qué lo voy a hacer.

ME: Y estas herramientas de Twitter de por ejemplo poder subir un link, Porque por ahí vos podés grabar un videito en la cámara y subir...

EMA: Sí, sí, yo lo he hecho, menos en Twitter, sí más en Facebook porque por ejemplo la actividad que hice el otro día con mi equipo presentando la ley, subí los links, los videitos, pero aparte aprovecho para publicar mucha fotografía de esto. No es que no pueda comunicar por ningún diario de mi provincia, pero en realidad cuando nosotros salimos una vez cada quince días, el oficialismo sale todos los días.

ME: Se convierte en una cosa más polémica...

EMA: Yo por ejemplo cada actividad que realizo, desde mi equipo de prensa se envían los partes a todos los medios de la provincia, pero sí puedo ver que no todos los medios los levantan. Entonces para muchas de esas cosas me sirve el Facebook. Pero no sólo para eso, sino para algo muy importante: hay personas que sin siquiera ser amigos míos en Facebook, sin conocerme, tienen la oportunidad de mandarme mensajes o pedidos a través del mensaje secreto, en los cuales la verdad que yo estoy muy contenta con eso porque bueno si bien a veces te piden cosas a las que uno no puede acceder, es una forma de estar más cerca de la gente. Yo realmente estoy muy conforme con esto porque bueno sirve para ilustrarte en cuanto a los proyectos que uno quiere hacer. Yo por ejemplo, para esto de las enfermedades neurológicas crónicas. Yo no soy médica, me lo vinieron a pedir, entonces, metiéndome en páginas y distintas fundaciones, Fundación INECO, Fundación Neurológica de Buenos Aires y contactándome con los profesionales pude llegar a presentar este proyecto de ley.

MEQ: Y esta cosa en cuanto a los estilos de Facebook y Twitter, viste que Facebook es más amigable y Twitter es como más peleón, tal vez por lo de las 140 caracteres, hay muchas más polémicas encendidas, por eso te preguntaba, ¿qué impresión te da, en general, como usuaria de Twitter, esa retórica injuriosa que suele aparecer en Twitter?

EMA: Yo he tenido la suerte todavía de que no me toque todavía, pero ya te digo, hace dos meses, dos meses...Y sí, una de las razones por las cuales me reservaba a hacerme usuaria de Twitter era justamente por eso, porque uno ante una agresión verbal, o lo que sea que esté escrito ahí y que es pública, genera una reacción.

MEQ: Bueno, lo podés bloquear...

EMA: Lo mismo ocurre en Facebook, lo que pasa es que uno... Me parece que en Facebook es como que los... salvo que sea una persona que realmente esté opuesta políticamente y con alguna razón, se cuidan más porque es más expuesto. Yo te puedo decir que tengo 2600 y pico de amigos en el Facebook y muchos de ellos no los conozco porque son de distintos lugares del país, pero por afinidad del mismo partido político, por afinidad de los comités, mucho a través del partido político o de conocernos en algunas comisiones o de ser de la misma provincia, o de compartir algo que te une en el camino... Realmente tengo muchísimos amigos de Facebook y a veces cuando recorro la provincia me pasa "¿no te acordás de mí?"

MEQ: Porque se creen que son amigos de verdad!

EMA: No, es que yo tampoco acepto amigos que no tengan fotos, porque puede haber mucha identidad falsa y no sabés realmente a quien le estas escribiendo, que le estas contestando, pero por lo demás, la verdad es que yo estoy completamente contenta con este tema de las redes sociales y si en algún momento estuve en guardia, de decir "no lo hago, no lo hago", realmente hoy a diario comunico lo que hago y no sólo es que lo comunico, sino que recibo como respuesta de parte de por ejemplo los ciudadanos de mi provincia de decirme "que suerte de que vas publicando lo que vas haciendo a través del Facebook, porque no lo podemos ver por los diarios, pero por lo menos nos enteramos". Y publico fotos, y publico videitos y...

MEQ: Sí, porque además en general los ciudadanos si no ven algún tipo de comunicación piensan que los políticos no hacen nada, si no te ven en el diario o en algún lado...

EMA: Para los diputados que somos del interior, que somos menos conocidos, también es mucho más difícil que nos vean en el diario, porque ocurre que los fines de semana volvemos a nuestras provincias y, bueno, es sólo el diario de la provincia.

MEQ: Bueno, yo te agradezco muchísimo...

2. Entrevista con Jesús Rodríguez

**-¿Qué interés te despierta el uso de las nuevas tecnologías en la comunicación política?
¿Por qué?**

La masividad que tienen las nuevas tecnologías hace imprescindible que los dirigentes políticos que aspiren a ser conocidos las usen, no pueden ignorarlas, Eso te obliga a reformular el mensaje, tanto por la instantaneidad como por los nuevos formatos que exigen adaptarse. La instantaneidad de Facebook o Twitter te exige adecuarte al ritmo de la vida online. Las adaptaciones derivadas del formato no son menores, al limitarte a 140 caracteres lo que se sacrifica es sustancia. Argumentar, explorar hipótesis exige espacio y tiempo que no se consigue en estos formatos.

-¿Qué usos desarrollás en tu vida política (ya sea individualmente o desde el espacio en que te inserta)?

Uso muy poco las redes, básicamente para saber los que se dice. No soy fanático ni abjuro. Me sirve para informar de lo que escribo en otra parte, por ejemplo. Subo links a los textos del blog. Es un portal, Escenarios alternativos, sobre temas políticos y sociales con artículos, análisis, emprendimientos. A diferencia de la revista tradicional que alcanzaba una tirada cuatrimestral de 500 ejemplares, en el portal recibimos 700.000 visitas en 10 años. Permite nuevas formas de relacionamiento, claro que se limita a micromundos donde todo es retomado por todos.

También me permite un seguimiento de países que me interesan –el caso de Obama, Dilma-. Es otro tipo de uso: acá nadie tiene 300.000 seguidores eso le permite desarrollar otro tipo de estrategias.

¿Qué opinás de la virulencia que suele darse en las redes?

Creo que forman parte de un clima de época, amparadas también por el cuasi anonimato que ofrecen estas herramientas que aparecen como un campo de disputa en el mercado, especialmente para sujetos que no son autoridades.

¿Notás un predominio de los enunciadores individuales sobre las instituciones?

Si, claro al ser mucho mas personalizado este tipo de comunicación conspira contra la institución. Está relacionado con la crisis de la política global y de la representación, a crisis está pero se amplifica por el uso de las nuevas tecnologías que favorecen el surgimiento de líderes “autónomos”

3. Entrevista a Juan Belbis (consultor en nuevas tecnologías, ligado a la UCR)

Juan Belbis: En la Austral doy clase en el programa de Comunicación Política, que va a ser ahora en Agosto. Estoy en la Universidad Cuenca del Plata, en Corrientes. Estoy en la UP. Bueno, y mi tesis de maestría, que estoy haciendo ahora, es un análisis de discurso de Cristina en Twitter.

MEQ: [...] ¿Cómo ves el discurso de la presidente en Twitter?

JB: Sí, tuvo cambios raros, pero igual...nunca hizo lo que hizo ahora. Lo que está haciendo ahora es mandar secuencia de 30/40 tweets, que no lo había hecho nunca

Sí, yo los tengo todos los tweets, los tengo todos en un documento. Los estoy trabajando en un Excel, tengo todos. Creo que en realidad lo que tiene que ver es más una cuestión política de que necesita un canal de expresión, para mí está remediando la angustia de no poder hacer más tantas cadenas nacionales. Y lo que pasa es que tuvo mucha discusión política el asunto. Se discutió mucho el método en las últimas secuencias.

ME: Sí, de algún modo, es un tipo de comunicación que permite [...] ponerse por encima de las reglas del medio,

JB: Como la carta que le mandó al Papa.

ME: Y como siempre trabajé discurso político, me pareció que lo más interesante que estaba pasando ahora es esto de discurso político y nuevas tecnologías, ver el nacimiento de un nuevo medio y ver qué pasa con el discurso político en estos soportes.

JB: Y en términos de soporte, ¿a qué te referís? Porque, en realidad, una de mis conclusiones es que, en realidad, cada herramienta es una plataforma en sí misma y es un medio en sí mismo. Twitter es un medio, Facebook es un medio, no es lo mismo sólo porque comparten la pantalla. Tienen dinámicas distintas, tienen códigos distintos, tienen formatos distintos, tienen herramientas de comunicación distintas. No es el mismo público, no es el mismo canal, no es la misma... No creo que se puedan sumar Facebook y Twitter a eso.

ME: Pero me interesa, en realidad, que me cuentes ¿por qué un medio distinto?

JB: A ver... Lo fundamental es esto, cada... Internet es como un metamedio, de alguna forma, donde, en realidad, se meten adentro un montón de diferentes plataformas sobre las cuales se puede trasladar un contenido. Desde Netflix, por un lado, hasta Twitter o Facebook o Youtube o Scribd o la herramienta que sea, Pinterest. Y cada una de esas tiene en sí un código implícito y un formato de contenidos y, fundamentalmente, un planteo de interacción distinto. Eso modifica, ya de por sí, lo que decíamos al principio, de que hay que adaptar el mensaje a la plataforma o al formato, que tengas que pensar en un código distinto para cada uno de esos, que tengas que planificar el contenido en un método distinto para cada uno de esos. Y obviamente el contenido va a ser distinto, digo no es lo mismo lo que puedo publicar en un blog que... El tema del Twitter me parece que es clave para ver esto porque el límite de los 140 caracteres ya de por sí reestructura el formato del contenido necesariamente, entonces eso ya de por sí es un medio, Twitter es un medio en sí mismo. Y el tema también de lo complejo de todo esto es que son miles, y que por más allá que las redes principales son X, ya sean veinte, treinta, las que mantienen la mayor cantidad de la audiencia en general...

ME: Sí, hay una cantidad... Y se puede pasar de un lado y cambiar...

JB: Obvio, eso es lo clave. El tema es que esto cambia. Aún así, Twitter no es lo mismo ahora que lo que era hace cuatro años y Facebook no es lo mismo ahora que lo que fue hace tres meses ni lo que va a ser... Uno de los conceptos básicos de la definición de esta nueva etapa de la red social es lo del beta permanente. Todos los productos están en beta. Beta es un estado del producto que todavía no está listo, es decir, está solamente para testeado y no para ser comercializado. Y la idea es que Internet... Nosotros estamos todo el tiempo testeando versiones de diferentes productos, porque Facebook es un producto. Y yo probablemente no esté viendo la misma versión de Facebook que vos; por el tipo de usuario que somos, vemos cosas distintas, por la zona geográfica o por el nivel de usuario. Entonces eso también te limita al momento de verlo como un todo o verlo como algo...

ME: Sí, aparte tienen públicos completamente diferentes, Facebook y Twitter. ¿Qué te parece eso como herramienta, qué eficacia le asignás?

JB: Yo creo que es fundamental pensar en código de links, Internet está pensado en formato de links, la lógica, la ingeniería del funcionamiento y la estructura que trae Internet se basa en el protocolo de hipertexto que es el que desarrolló Tim Berners-Lee, que es la madre de Internet. Lo que importa son los links, también lo que importa es tener links que enriquezcan eso que los 140 caracteres no te pueden dejar decir. Que ya de por sí son 120 porque 20 se los lleva el link, entonces te quedan menos, tenés que aprovechar eso que te queda para que el link enriquezca lo que no pudiste decir por el límite del formato, justamente, ahí tenés en la herramienta la posibilidad de enriquecer eso que está pobre en términos de que no nos deja hacer.

ME: ¿los abren?

JB: Sí, claro, está medido. Cada link tiene métrica, cada cosa que se publica nos da a nosotros resultados... Sí, hay una cuestión que cada link, generalmente, a nosotros nos da métrica, nos da resultado de la cantidad de clicks que se hacen, de dónde se hacen, del momento en que se van haciendo, más o menos... A ver, el tweet en sí mismo, si no lo pensamos en una lógica de sistema, más allá de que es un medio, en una lógica de sistema, dentro de todo lo que hace al ecosistema digital de una persona o de la identidad digital de una persona, digo, no nos da demasiada riqueza, nos da riqueza cuando eso lo podemos conectar con otros lugares y la audiencia que yo tengo en Twitter la puedo llevar a otro lugar. Así como la audiencia que tengo en Facebook la puedo llevar a otro lugar. Desde un punto de vista estratégico de construcción política alrededor de esto, lo importante es conocer al otro, conocer al que está del otro lado, evaluar sus interacciones, es decir, evaluar cómo reacciona a los impulsos que yo le doy en las redes sociales y fundamentalmente, si son proclives, tener un lazo de contacto directo, esa es la lógica de una campaña, un lugar donde yo me pueda comunicar directamente con ellos y ya ahí empezar a trabajar la segmentación.

ME: A mí una cosa que me llama la atención, desde el punto de vista discursivo, es la forma en que se van borrando los colectivos, más allá de que los colectivos están conflictivamente, en lo real, debilitados, me parece que tanto Facebook como Twitter tienden a ser enunciadores en primera persona. ¿vos notás eso?

JB: Sí, a ver, una cuestión clave de Twitter es la primera persona al extremo, tenés la cara de la persona, tenés el nombre de la persona, tenés el arroba con nombre, de nuevo, de la persona y el mensaje de la persona. Es decir, va a ser fuente directa, necesariamente. A ver, [...] en alguna campaña que hemos trabajado, una de las comunicaciones más importante de la campaña la hicimos solamente a través de Twitter, no hicimos conferencia de prensa, no hicimos comunicado de prensa, no lo llevamos a ningún medio. Lo que teníamos para decir lo dijimos en Twitter y al otro día estaban todas las notas [...] tomaron eso como fuente directa. Es decir, esto atenta contra los intermediarios, de alguna forma, pero también les da mayor... en términos de los periodistas, le da un montón de fuente, tienen fuente directa para tirar por el techo. Lo vemos todos los días en los diarios, que hay cada vez más notas que surgen de contenidos de redes sociales. En términos de lo partidario, lo de los colectivos...

ME: Claro, los colectivos partidarios...

JB: Sí, ahí hay otro problema, pero que no tiene que ver solamente con Twitter, sino con un fenómeno que se viene dando en paralelo que es la personificación de las campañas electorales, eso se venía dando hace ya varios años. Además si hacemos una evaluación de cuántos son partidos políticos y cuántos son frentes electorales, y qué edad tiene cada frente electoral, en el proceso que está llevando adelante la campaña o la gestión, digo, hay muy poca pertenencia. Los frentes por los que llegan a los espacios de gobierno son cosas muy endebles.

ME: [...] Hace 20 años hubiese sido impensable...

JB: Pero sí, yo creo que es híper-personalista, tanto Twitter como Facebook. También eso implica, desde el punto de vista de la gestión, desafíos porque muchas veces no es la persona... más allá de que sea la persona la que habla, no es la persona la que enuncia. Al revés, en realidad es la persona la que enuncia, no es la persona la que desarrolla el mensaje.

ME: El caso de Bruera, digamos...

JB: Sí, la triste Bruera. Pero más allá de eso, también ahí como que entramos en una discusión que es medio tramposa: ¿Cuántas veces un político se escribió realmente el discurso... el discurso de asunción, el discurso de campaña? El community manager no existe solamente ahora...

ME: Claro, lo que pasa es que es mucho más notorio. Por ejemplo, lo que hace Macri de decir, cuando está en conferencia de prensa, explicita que está twitteando otro [...] El otro día hablaba con una amiga que es jefa de prensa y me decía: "si twitteen cuando el tipo está en sesión, empiezan en seguida a llegar protestas, que no está escuchando, que no está participando en la sesión". Hay una serie de ruidos también que se generan [...] Igual me parece que en los casos en que es más... definíamos una serie de funciones, los que usan más la función de agenda, la

función dialógica, una serie... me parece que en algunas funciones no es demasiado importante... cuando son posiciones más personales es más complicado.

JB: Sí, a ver, está claro que hay diferentes tipos de usuarios, diferentes tipos de contenidos que vierten adentro. No es lo mismo María José Lubertino que María Eugenia Vidal, tienen dinámicas distintas, pero también hay una cosa que es que las redes sociales se vuelven extensiones del ser, se vuelven una extensión de la identidad de la persona en el mundo digital, con lo cual debería haber una lógica correspondencia con la forma de ser de la persona en el mundo no digital, si se quiere –no me gusta usar la palabra virtual–. Y se ve, así como Aníbal les habla a los mala leche en Twitter, textualmente, o manda a los seguidores a que salgan del tupper, entre otras cosas. Es lógico que María José haga lo que haga y diga lo que diga y hay algunas cosas que se convierten en lógicas que sean así, siendo representaciones de la persona.

ME: Sí, que es verosímil que...

JB: Sí, como tampoco hay casos contrarios, tenemos a Binner respondiéndole un tweet a @PibeTrosko lo cual es completamente inverosímil. Digo que el @PibeTrosko le mande un tweet pidiéndole faso y Binner le dice “si querés te paso a la gente del Ministerio de Desarrollo Social” (que habían encontrado una camioneta en esos días). Eso es inverosímil que una persona como Hermes Binner, médico anesthesiólogo, vaya a decirle eso a un personaje inventado de Twitter que se llama Pibe Trosko.

ME: Y entre Facebook y Twitter, ¿cómo caracterizarías vos el espíritu de cada red?

JB: A ver, Facebook en sí es un espacio de interacción, de conversación, donde lo central, y desde el punto del diseño, está pensado para que la gente interactúe entre sí. Los amigos... con comillas muy grandes porque de ahí a que sean amigos en términos tradicionales... hay una diferencia grande. Es un formato de interacción planteado, un formato de fidelización de contacto, en realidad, planteado por Facebook. Pero...

ME: ¿Me podés contar un poco más de esto del formato de fidelización de contacto?

JB: Sí, a ver, cada medio en sí nos plantea a nosotros una forma en la cual nosotros nos vinculamos o nos asociamos con otro contacto, lo que es la lógica de la red social, los nodos asociados entre sí, eso es lo que construye una red. Entonces así como Facebook es de dos vías, nosotros al ser amigos, ellos son amigos nuestros. En Twitter no, en Twitter yo tengo que seguir y el otro me tiene que seguir, es de una sola vía, yo sigo pero eso no implica que me sigan. En Facebook, yo soy amigo y somos los dos amigos, es decir, se completa un vínculo. Lo mismo en YouTube vos te podés suscribir a un canal, pero no significa que ese canal te siga a vos, que los suscriptores del canal te sigan a vos. Y eso en cada lugar tiene un nombre distinto, en LinkedIn es un contacto, en Facebook puede ser un amigo o un “me gusta” -suena raro un “me gusta”-, en Twitter son followers, en un blog serían suscriptores o comentaristas y en Facebook son amigos. Pero es eso, en términos...

ME: Ya ahí define el tipo de vínculo, del contrato de lectura...

JB: Exactamente, sí, más que el contrato de lectura, el aceptar que podés estar sometido a ciertos contenidos en ciertos momentos, después de ahí que lo lean o no es otra cosa. Pero, por eso digo, cada medio tiene un formato distinto en ese sentido. Pero eso está desarrollado ya desde el punto de vista del diseño de la plataforma, es decir, el diseño de interacción, algo que tiene que ver con una parte Web, por un lado, y una parte de programación, una parte de diseño gráfico, por otro... Tenés que ajustarte a la decisión de una empresa que es la que le pone ese nombre y lo define en ese formato, Google + son círculos...

ME: Entre pares. Pero, por ejemplo, yo veo las páginas de los dirigentes políticos, que para poder verlas tenés que darle “me gusta”.

JB: Sí, claro, igual pensemos, la interacción fundamental en Facebook se da en los perfiles, las páginas se presenta un porcentaje menor. Lo que tiene la lógica de esto de las páginas de Facebook es la asociación por identidad, es decir, uno se asocia en función de las cosas que son parte o define la identidad de una persona, de ver una película, hasta seguir una marca, hasta seguir un político. Entonces, vos ahí de nuevo estás entre pares porque son los que comparten esa afinidad, por eso la lógica de las comunidades. Pero lo que se conforma alrededor de las marcas, ya sean políticas o empresariales, son comunidades de gente que comparten el interés por ese...

ME: Me parece que en Twitter sí es una lógica del intercambio...

JB: En Twitter lo que pasa es que lo importante es la información, digo, no es tan importante la interacción. Yo creo que sirve más como un canal de información donde uno puede informarse y, en todo caso, después interactuar, pero los que interactúan, si lo ves en términos de porcentaje, la cantidad de usuarios que lo usan, son muy pocos. En Facebook, al contrario, casi todos los que están ahí están interactuando. En Twitter hay mucha gente que consume y no publica, y mucho menos retwitea, y mucho menos hace un comentario, hace un replay, una respuesta.

ME: Una especie de oficina de prensa...

JB: Es como un río en el que yo elijo qué es lo que quiero leer, yo elijo si quiero leer a deportistas o a estrellas de cine, o a la sección de economía de todos los medios; yo defino cómo construyo mi nube de informadores.

ME: Y esta cuestión de la agresión en Twitter, cómo la ves?

JB: Sí, no creo que sea algo exclusivo de Twitter, pero sí en las redes sociales el nivel de interacción es muy desapegado, sin considerar, en todo caso, que eso va a quedar. Como que todo pasa en las redes sociales. Pero yo creo... A ver, más allá que en Facebook las cosas tardan mucho más en pasar, pero pasan igual, el Twitter si uno... un tweet tendrá una vida útil de media hora, si no lo consumiste..., salvo un interés académico, te diría... porque nadie va a fijarse un perfil que dijo ayer. Uno lee lo que está en el timeline, por eso digo que es como un río, porque va pasando.

ME: Sí, además tal vez también incida la ausencia de mediador, ¿no? Esta especie de pseudo conversación, del uno-a-uno, aunque sea una cuestión pública, hace que yo te estoy hablando a vos y el que se mete se mete, pero no es cosa de ellos. O sea, Agustín campero me decía que creía que, en general, los que tienen un perfil público que defender no entran en una cosa tan agresiva.

JB: También depende, –volvemos a lo que decíamos hoy de Aníbal- depende de la caracterización de la propia persona en el mundo. Me parece hasta más lógico que Fernando Iglesias sea así, conociéndolo, o Aníbal Fernández sea así, que Margarita Stolbizer que no es así nunca. O María José Lubertino siendo de esa forma y no el Rabino Bergman. María José es un caso de estudio en sí mismo. Para mostrar lo que no hay que hacer. Tuvo una moción de censura en el medio de una sesión de la Legislatura por un tweet que mandó.

ME: El impacto real de las redes... del Twitter es más fácilmente imaginable por esta cuestión de perfil de oficina de prensa que tiene, que capturan los periodistas, el “nieto de las gacetillas”, pero en general ¿qué impacto le asignas a esto en la ciudadanía?

JB: No, a ver, eso es complejo. Lo del “nieto de las gacetillas”, primero. Yo creo que la diferencia es que tenés diferentes públicos a la vez, vos le estás hablando a los periodistas, le estás hablando también a la gente y además le estás hablando a los políticos. Yo creo, más empírico que otra cosa, que en realidad en twitter tenemos tres públicos: la corporación periodística, la corporación mediática, con los periodistas y los medios adentro, porque están los dos, están los periodistas y los editores y los dueños de los medios -a Carlitos Vila lo tenés twitteando abiertamente y es él. Por otro lado, la corporación política, tanto los políticos o los equipos de los políticos están mirando qué es lo que dice el otro político. Entonces tenés que conjugar un mensaje que esté en el medio de esos dos y que además lo pueda ver la ciudadanía, lo cual te genera un desafío en la construcción de ese mensaje. Porque le hablás a diferentes públicos en el mismo lugar, por eso digo que es algo más complejo que la gacetilla de prensa. Implica otra coyuntura, otro escenario. Eso por un lado. No me acuerdo adónde iba realmente con esto...

ME: A la cuestión del público y del impacto que vos le asignás... al tener herramientas que miden y demás...

JB: El impacto yo creo que se da en realidad en diferentes formas. Una es –y acá tomamos herramientas viejas- cómo esto trasciende a los medios tradicionales, cuántas notas se generan por tweets... Más allá que nosotros tenemos un montón de herramientas métricas que nos dejan evaluar cuánta gente nos sigue, cuánta gente nos retwitea, cuánta gente nos favoritea, cuánta gente pone “me gusta”, cuánta gente pudo ver una publicación en Facebook, más allá que haya hecho click o no, todos esos datos los tenemos. Lo que pasa que si eso lo quisiéramos trabajar en

términos de impacto real tendríamos que evaluarlo desde otro lugar, no solamente desde ese lugar, tendríamos que ir a preguntarle a la gente: “¿vos, realmente, para tomar tu decisión en el voto, te guiaste más por lo que viste en Facebook o por lo que viste en la calle?”

ME: Sí, y uno tampoco sabe por qué toma las decisiones...

JB: Sí y menos la decisión del voto, mucho menos la decisión del voto. Pero a ver, a lo que voy es, yo creo que lo que sí impacta realmente es la definición de la agenda, la agenda setting. Yo creo que ahí sí hay un impacto real. Y la agenda setting... y ahí lo trato de desmembrar lo más posible, una cosa es la agenda nacional y otra cosa es la agenda del gremio, y otra cosa es la agenda de un partido político. Es decir, yo creo que termina impactando sobre eso, sobre qué es lo que se discute más allá de las redes sociales. También, es difícil evaluarlo. Pero me parece un poco más fácil ver... de los diez temas que hablaste en el día, cuántos de esos surgieron de algo que se habló en redes sociales.

ME: Claro, varios de los políticos que entrevisté usaban la metáfora del termómetro Cuando algo sucede, el primer síntoma es el Twitter.

JB: Bueno, ahí la gravedad de lo de Bruera, por ejemplo. La decisión fue de Gabriel, del hermano de él... que va de candidato a Diputado. A ver... lo tremendo... ayer contaba el caso en Catamarca, que estuve con la gente de Brizuela, candidato a Diputado Nacional... Lo tremendo de lo del tweet, más allá del error técnico, que la foto era de día y un montón de cuestiones, es que no es solamente eso, sino que el jefe de gabinete estaba dando una entrevista por radio y dijo lo mismo, dijo que Bruera estaba. Tengo el audio de la entrevista radial que le hicieron al Jefe de Gabinete y dice “Sí, desde anoche está recorriendo..”. No es solamente un problema de Gabriel o del twittero, sino hubo una decisión política de encubrir algo. Además fue buenísimo porque se pegaba justo con un capítulo de Los Simpsons donde el Alcalde Diamante estaba en Río de Janeiro...

ME: La cuestión de... un poco ya me lo contaste al principio con el tema del hipertexto y los links... la cuestión de la autonomía de los tweets, parece ser que los textos de Facebook son como legibles en sí mismos, los tweets nos son legibles en sí mismos, sino que tenés que sumergirte necesariamente en la trama o que siempre remiten a algo.

JB: Depende. Creo que Cristina... A ver, yo por eso justamente estoy estudiando el caso de Cristina porque lo que hace es concatena tweets, más allá que los hace, cada uno es extrapolable en sí mismo, construye un discurso en función de una sucesión de publicaciones, que además están pensadas para Twitter. Generalmente están pensadas en que cada una sea un tweet y no un cortar y pegar. Me acuerdo cuando Michetti arrancó en Twitter, en el 2009-2008, eran tres párrafos y los iba cortando donde cortara... Estos están pensados [los de Cristina] como tweets, para que se encadenen, tienen una constitución distinta, están centrados en el formato del medio, en las características del medio [...] Pero sí, después vos salís en un blog político, en realidad, es completamente... es una columna de opinión. O la página web de Cristina, ahora que tiene página oficial la presidenta, cierra un montón de cuestiones. Lo que pasa es que Twitter también tiene una cuestión –como decíamos hace un rato- tiene una autonomía de vuelo corta, tiene un nivel de potencialidad de que sea leído, en términos temporales, muy corto. Más de cuarenta minutos –insisto-, más de treinta, treinta y cinco minutos, cuarenta como muchísimo, fue, ya nadie te va a leer. Entonces también tiene una cierta lógica de que eso dicho en un momento. A mí me ha pasado en un caso puntualmente, en el que me retwitteaban un tweet de dos años antes para volver a poner un tema en discusión, me descontextualizaban algo dicho en otro momento para generar debate en la opinión pública.

ME: ¿Pero te la retwitteaban en tono polémico?

JB: Claro, no me acuerdo quién lo decía la otra vez, “los argentinos somos los creadores del retweet irónico, lo cual complica más la métrica todavía.”

ME: Es que es muy difícil retwittear y comentar, no ponerlos...

JB: Bueno, al principio era solamente así. Cuando Twitter arrancó no existía el botón del RT, el RT fue una dinámica que inventaron los próximos usuarios que era poner “RT” adelante del tweet. Es decir, nosotros tipeábamos RT al principio y copiábamos el tweet y lo pegábamos, no existía el retweet automático, eso se inventó un par de años después. Lo del hashtag, igual.

ME: [...] o los que piden “¿me das un fav?”

JB: El fav es como una moneda de transacción ahora.

ME: O los que directamente piden retweets para causas benéficas...

JB: Sí, yo los llamo los “mimos digitales”, la caricia.

ME: Como el me gusta... Por eso, hay cosas de la atmósfera de Facebook que son exitosas...

JB: “me gusta”, “amigo”... Tengo un amigo politólogo que diría que es un estiramiento conceptual, decirle que me gusta o decirle que es un amigo.

ME: Totalmente, se amplía la categoría... en realidad, se resignifican, es otra cosa. Tiene que ver con una especie de atmósfera armoniosa que propone Facebook.

JB: Sí, de una interacción positiva.

ME: Claro, que no está para nada en Twitter.

JB: No, a ver, porque Twitter es eso, una plataforma de publicación de mensajes, que tiene algunas dinámicas que nos permiten interactuar, pero en sí es una plataforma de publicación. Son cosas distintas, están pensadas para cosas distintas.

ME: Sí, [...]

JB: Cristina no le contesta a nadie en Twitter, va por la suya.

ME: No sólo en Twitter...

ME: Cómo ves vos la actitud... [...] el chiste de domesticar dinosaurios... porque una cosa es la generación más joven... porque, por ejemplo, lo entrevisté a Rossi y me decía “es como cuando se pasó del sténcil al mimeógrafo”, como que no le interesa...

JB: Un poco rústico, Agustín.

ME: Claro, no es lo suyo, me causó gracia porque era como un perfil... me permite ver además que hay una perspectiva un poco inflacionaria de la cuestión de las nuevas tecnologías [...]

JB: Es que yo también creo... hay algo que no es menor y es el signo político, la visión que tiene esa ideología o ese personaje político o ese partido político respecto a los canales de comunicación masiva [...] El kirchnerismo en sí mismo tiene una visión sobre el rol de los medios en función de la opinión pública. Hay un artículo muy bueno de Fernández Pedemonti que habla de eso, que construye el rol de los medios a través de los discursos de la Presidenta. Y creo que también que el uso que ellos le dan a las redes sociales tiene que ver con eso, está suscripto a esa teoría de los medios que tiene el kirchnerismo.

ME: ¿Qué consistiría en...?

JB: Consistiría en que en realidad no hacen falta los medios para que ellos entren en contacto con la ciudadanía, ellos llegan a la ciudadanía sin los medios. Como decíamos al principio, Twitter es un medio, al fin y al cabo; y si te fijas, a muchos de los tipos que eran realmente activos, los bajaron. Timerman al principio era Twitterman. Digo, le fueron cortando las vías de comunicación con la audiencia.

ME: Incluso Fernández ya sosegó

JB: Sí, completamente, pero no es más Jefe de Gabinete, con lo cual tampoco tiene tanta relevancia. Pero mismo Juan Manuel [Abal Medina] es muy distinto, es muy recatado en como tuitea. Yo creo que tiene que ver con una visión sobre eso. Y desde el otro lado, desde los otros partidos, tiene que ver con la necesidad de conectar con la audiencia.

[...]

ME: Nos fuimos un poco. Qué receptividad vos encontrás o qué interés... sobre todo, y ahí está muy influenciado por la generación o a veces por perfiles...

JB: Yo creo que es más de visión que de generación. De una visión ideológica de cuál tiene que ser el rol político respecto a la ciudadanía, si tiene que comunicarse o no, si tiene que comunicarse de forma cercana, de forma auténtica, creo que tiene que ver más con esa visión, que puede ser generacional o no, hay chicos de 30 años que no les importa y hay tipos de 50 que lo usan como un nativo digital. Es decir, estoy un poco peleado con esa idea de que en realidad todo esto es generacional, yo creo que tiene que ver con una visión, y lo digo en todo. Creo que hay, en

general, una visualización de que esto es necesario, aunque sea, al menos porque el de al lado está, entonces eso me genera a mí la necesidad de estar. Después de ahí a tener una visión estratégica, a dimensionar el impacto que puede tener, ahí ya hay brechas distintas en cada caso...

ME: Cuando era muy joven empecé a trabajar estas cosas de discurso que no estaban para nada instaladas, los viejos políticos decían: "no, la calle...". Pensé que en el '83 a nadie le interesaban las encuestas [...] Con lo cual hablar de discurso era medio... y nos salían con este tipo de cosas...

JB: Tenemos el termómetro...

ME: Claro, y me parece que hay una cierta analogía con lo que pasa, con esta cuestión de... si bien hay mucha más conciencia de que hay que prestarle atención a ese costado de la vida, por lo general se contrata gente que se ocupe [...] me parece que Macri, por ejemplo, en todos los niveles hace eso, lo que no sabe hacer, lo compra hecho.

JB: Pero no, vuelvo a una cuestión previa, que es la lógica, la lógica de la gestión de PRO, es tercerización. No lo digo con juicio de valor, es tecnocracia, es una cuestión tecnócrata de contratar a la gente que sabe hacerlo bien. Es más, sinceramente, la persona que se encarga de la visión digital es para mí de los que más saben de la Argentina.

ME: Claro. Pero por más que contrates al que más sabe, un cierto involucramiento o interés personal... estás delegando una extensión de tu yo.

JB: No en cualquiera se puede hacer eso. Ahora a mí me pasa es que a un político que yo le manejé mucho tiempo y hoy no estoy en la operativa pero sí en la definición de los contenidos, somos dos los que lo hacemos, dos los que le escribimos, uno el que le escribe los discursos y yo que le escribo las cuestiones más digitales, y en un momento nosotros hablando con el político le decimos que entre los 3 llegamos a la conclusión que nosotros teníamos más la voz que él. Ya un punto en el que nosotros sabíamos más que era más adecuado que él diga. Y es un problema eso. Porque él quería tomar la dinámica de Twitter o de las redes sociales para decir cosas y ya no cerraba con el propio perfil que habíamos desarrollado.

ME: Era un personaje.

4. Entrevista a Daniel Filmus

**-¿Qué interés le despierta el uso de las nuevas tecnologías en la comunicación política?
¿Por qué?**

La aparición de las redes sociales como medio de comunicación es un fenómeno reciente y como tal despierta interés en descubrir cómo funciona y cómo se lo puede utilizar para establecer nuevos vínculos con la ciudadanía.

El mayor potencial de las nuevas tecnologías es permitir un diálogo directo, sin intermediarios, entre la ciudadanía y las personas que ocupamos cargos electivos. Este vínculo, aunque fundamental para la democracia, se había visto desfigurado con el avance de los medios masivos de comunicación. Las nuevas tecnologías vuelven a fomentar el dialogo uno a uno y promueven un ámbito de intercambio horizontal entre ciudadanos y dirigentes.

-¿Qué usos desarrolla usted en su vida política (ya sea individualmente o desde el espacio en que se inserta)?

Tanto individual como colectivamente, participo de distintos espacios dentro de la comunicación digital. En términos generales sería bueno distinguir entre dos tipos distintos de plataformas, por un lado las páginas web y por el otro las redes sociales.

Las primeras representan un formato más tradicional de comunicación, allí somos los actores políticos los que ponemos información a disposición de la ciudadanía. Estos espacios en general respetan la lógica de la comunicación más tradicional o unidireccional y no se parecen en nada a la dinámica que existe ahora en las redes sociales.

Con el paso de los años fuimos incorporando más herramientas de comunicación digital que se complementan con la prensa tradicional que veníamos desarrollando. Individualmente utilizo varias herramientas online, las que se componen de una página web, un perfil en Facebook , una cuenta en Twitter, un canal de youtube, un usuario en Flickr. En cada uno de estos espacios puedo hablar con distintos públicos, por lo cual resulta importante conocer las distintas lógicas de comunicación que operan en cada medio, y adaptar los mensajes en función del medio.

En lo que respecta puntualmente a los usos, mi página web representa un espacio de comunicación más tradicional, donde prima una comunicación unidireccional. Este medio es también una suerte de registro, algo que gracias a su menor dinamismo permite mayor profundidad analítica. A través de mi página web los ciudadanos pueden conocer los proyectos sobre los que estamos trabajando y enviarnos sugerencias para mejorarlos.

Facebook y Twitter funcionan de manera opuesta, allí el dinamismo lo es todo. En ambos espacios es el dialogo lo que hace de esos medios algo interesante para la comunicación. Me gustaría tener más tiempo para poder responder todos los mensajes, pero aun cuando no puedo hacerlo es sumamente interesante tener la posibilidad de leer lo que opinan los ciudadanos.

-¿Cuánto hace que comenzó a utilizar estas herramientas? ¿Qué punto en la historia de ese uso le parece un indicio relevante de los efectos?

Mi página web personal existe desde 2007, cuando me lancé como candidato a Jefe de Gobierno, y la relanzamos cuando comenzó mi gestión como Senador por la Ciudad de Buenos Aires. Mi perfil en facebook fue creado a principios de 2010, y mi cuenta en Twiter en agosto de 2010.

-¿Qué ventajas/ desventajas considera que tienen estos nuevos medios?

Como ya comenté anteriormente, la principal ventaja de las redes sociales es que permiten un diálogo horizontal. En las redes sociales todos podemos hacer escuchar nuestras ideas.

Otro aspecto positivo de las redes sociales es la rapidez con la que fluye la información, aunque quizás este dinamismo también altera la posibilidad de debatir los temas en profundidad. No sé si es apropiado señalar desventajas, las redes sociales son un medio más de comunicación. No suplantán a los anteriormente existentes, por el contrario se complementa con ellos.

-¿Qué nivel de impacto le adjudica al uso de nuevas tecnologías de la comunicación en la política en nuestro país? ¿Por qué?

Aun cuando las nuevas tecnologías no paran de expandirse, todavía la inclusión digital no alcanza a toda la población del país. Y es todavía mucho más pequeño el grupo que utiliza estos medios para comunicarse con los políticos. Dado que la proporción es pequeña, el impacto a nivel macro es limitado. Sin embargo, esto no quita que el uso de estos nuevos medios no sea positivo y valorable.

Las redes sociales, son muchas veces, un eco de los que pasa en los medios tradicionales. Sin embargo sirven para transformar esas imágenes en diálogo.

-¿Qué prácticas – considerando el campo político nacional- considera especialmente acertadas/ desacertadas en relación con el uso político de las nuevas tecnologías? ¿Por qué?

El uso que cada político le da a su red social es una decisión personal. Cada político tiene su estilo, y en la medida que no se le mienta a la ciudadanía mostrando una imagen que no se corresponde con lo que uno es, no creo que uno pueda decir que hay prácticas desacertadas. Cualquier tipo de diálogo y de circulación de información es siempre positivo.

5. Entrevista a Enrique Pinedo (Pro)

MEQ. ¿Qué interés le despierta el uso de las nuevas tecnologías en la comunicación política? ¿Por qué?

EP: Son una forma de contacto directo e inmediato con bases amplias que difunden el mensaje y generan feed back y propuestas muy importantes para la acción representativa

MEQ. -¿Qué usos desarrolla usted en su vida política (ya sea individualmente o desde el espacio en que se inserta)?

EP: Comunicación permanente con Facebook y Twitter; páginas informativas personales, del partido y del bloque parlamentario

- **MEQ.** ¿Cuánto hace que comenzó a utilizar estas herramientas? ¿Qué punto en la historia de ese uso le parece un indicio relevante de los efectos?

EP: Trabajé en telecomunicaciones, así que estuve siempre cerca, a partir de los 90

MEQ. -¿Qué ventajas/ desventajas considera que tienen estos nuevos medios?

EP: Noto mucha agresión de sectores ideologizados, pero son una enorme herramienta de comunicación y formación

MEQ. -¿Qué nivel de impacto le adjudica al uso de nuevas tecnologías de la comunicación en la política en nuestro país? ¿Por qué?

EP: Poco a poco van ocupando el espacio comunicacional y empiezan a competir con TV y radio, que aún son centrales para el conocimiento

MEQ. -¿Qué prácticas – considerando el campo político nacional- considera especialmente acertadas/ desacertadas en relación con el uso político de las nuevas tecnologías? ¿Por qué?

EP: Lo importante es hacer las cosas con un sentido estratégico, no a tontas y locas

MEQ. -¿Cómo evalúa usted los efectos político comunicativos de estas nuevas prácticas en nuestra sociedad? ¿Por qué?

EP: La sociedad audiovisual tiene menos profundidad y más amplitud y los medios la diseñan en ese sentido (/Mac Luhan)

6. Entrevista con Agustín Campero

MEQ: me gustaría que me comentas tu experiencia en el uso político de herramientas digitales

Agustín Campero: Una de las cosas que me pasaron en Facebook cuando me puse, es que me pedían muchos pedidos de amistad, de gente que yo no conocía. Entonces esos pedidos de amistad yo los rechazaba. Y mi hermano me decía “¡¿pero vos estás loco?! Si esa es la potencia de Facebook, no es que vos tenés que ser amigo de tus amigos, vos tenés que ser amigo de un montón de gente que no conocés y la amistad se produce ahí, el intercambio se produce ahí” Y bueno, así...

María Elena Qués: Vos lo usas para comunicar cosas a otros...

AC: Para hacer reflexiones, para participar en... compartís siempre alguna convocatoria, que esa es alguna de las cosas que de algún modo te hace sentir Facebook, que vos sos un convocante de determinada actividad que en realidad te supera por mucho. Compartir fotos, compartir experiencias. Cuando empecé con el tema de ser coordinador de los equipos de campaña, subía fotos de los actos actividades del candidato. A mí lo que también me pasó fue que apenas salió Twitter, yo me metí en Twitter. Y me resultó mucho más fácil el lenguaje posible en 140 caracteres.

Porque aparte, lo que me di cuenta también, es que Twitter es un auditorio mucho más afín para mis objetivos. Por la forma en que se construyen las relaciones y las discusiones; es un auditorio bastante más direccionado a lo que a mí me interesa y que, aparte, también tiene como mucho más eco, de pasar afuera de Internet.

ME: ¿Por qué te parece que ocupa ese lugar?

AC: Mucho tiene que ver con el trabajo de los periodistas. Es mucho más fácil de seguir que el Facebook y es una discusión pública en tiempo real, que se da en momentos de todas las cosas. Entonces ahí muchas veces al periodista se le facilita el trabajo, o te toma como referencia que dijiste algo y, en seguida, te levanta o te llama. Ahí lo que desarrollé muy a conciencia, a diferencia de Facebook, es el trabajo con el lenguaje de Twitter, 140 caracteres. Te diría hasta que, no es que lo estudié de manera sistemática, pero sí... a gente que sabe mucho de eso, le hice muchas preguntas, les pedí asesoramiento y les pedí que me critiquen, y eso me sirvió muchísimo y trabajarlo mucho, copiar estilos. Hay políticos muy caracterizados y es que te largan una frase y después te mandan a un link a Facebook o a otra cosa, y eso me di cuenta de que no sirve.

ME: Nadie lo abre.

AC: Nadie lo abre, salvo que seas un candidato a presidente, ahí lo abren todos. Yo me acuerdo...

ME: Me parece que muchas entradas son buenas, "les dejo la entrevista que tuve en tal medio" que se usa... que se expanden esos 140 caracteres al infinito, lo que eran supuestamente 140 caracteres. Hay como una función de archivo, de gacetilla permanente que suben todos y ahí vuelve el discurso político tradicional.

AC: Pero la discusión pública, la asamblea se produce en Twitter, no afuera de Twitter, se produce en Twitter. La riqueza que tiene Twitter es que vos participes en esa discusión pública, que vos generes un personaje con tu cuenta de Twitter, que también es una cosa, bueno todos generan un personaje, sobre todo la gente que está en la vida pública genera un personaje, más allá de que sea más cercano o más alejado al personaje real, hay una toma de conciencia de cómo querés que te vean. Ya cuando vos definís tu perfil en Twitter, ya ahí hay un condicionamiento muy fuerte al cómo querés que te vean. Y las fotos que subís o las cosas que compartís o las cosas que comentás.

ME: Y por ejemplo otro uso que a mí me parece [...] usar un formato moderno para volver al formato clásico, un fragmento de un discurso lo suben en 15 tweets.

AC: Es inefectivo [...] creo que los tweets tienen que ser autosuficientes.

ME: Claro, a mí me da la misma impresión, no son fieles al género.

AC: Claro, hay algunos que son fieles al género, que son cuando vos subís 10 tweets de un tema, pero cada tweet tiene un valor propio y aislado tiene la potencia de una sentencia, una opinión, lo que sea. Pero también es cierto que hay una cosa que está en construcción y es el género Twitter, que es el desarrollo de todos los tweets que vos hacés a lo largo de tu historia de Twitter, que ahí tenés, me parece a mí, una cosa muy interesante que es el género Twitter. Y que al menos yo lo pienso, tengo mucha conciencia sobre eso, y trato de ser consistente con todo eso, de cada tweet mío tiene que tener un valor y que además, yendo para atrás, si alguien ve todos los tweets que mandé, eso también tiene que tener un valor y tiene que tener como un esfuerzo de consistencia en el lenguaje y de cierto atractivo literario también. Probablemente esté muy lejos de eso, pero yo me esfuerzo en eso.

ME: ¿Vos respondes habitualmente a los tweets de los demás?

AC: ¿Cuándo a mí me hablan?

ME: Sí

AC: Casi siempre, salvo que sea una agresión y ahí respondo si veo que puedo contribuir a la calidad del debate público o no. Más allá de los argumentos, me parece que lo que tiene Twitter muchas veces es una trampa o gente, internautas, es una trampa de hablar, de no escucharse, que no te importe lo que dice el otro, que eso quede ahí y lo único que puede escalar como si fuese un partido de paddle, *ta-ta-ta-ta*. En ese caso, cuando yo intuyo algo de eso, no contesto. Otra cosa que no contesto es cuando me parece que ya está agotado, que no hay posibilidad de desarrollo a partir de eso, que ya está agotado. Por ejemplo, yo ayer twitteé mucho en un momento, pero dejé de twittear porque me puse muy mal, y a mí lo que me produce Twitter muchas veces es un incremento muy fuerte de la angustia ante la situación política. Por ejemplo, y ayer un chabón me dice "que fácil es..." Primero tres veces uno me dijo "es muy fácil criticar y no proponer", eso es una tontería, la propuesta era no hagan el acuerdo con Irán. Y otro me dijo que

[...] y ahí como no hay ninguna posibilidad de desarrollo de nada, tampoco le contesté. Pero el viernes, por ejemplo, no sé a partir de qué, creo que también por un tema de Irán, subí unos tweets y me empezó a contestar un chabón que es funcionario del gobierno y ahí empecé a contestarle porque es una persona con la que tenemos visiones totalmente distintas, pero con el cual nos cuidamos en un estilo de “esta es tu opinión, esta es mi opinión, yo te contesto esto, a ver quién es más inteligente que el otro”. Al menos no termina en una puteada ni nada por el estilo. Y a mí me resultaba muy difícil, en ese momento, contestarle porque yo iba manejando volviendo de una reunión y aún así me esforcé por contestarle para que no lo sienta un desperdicio.

ME: Sí, y qué opinás de esta cuestión de la proliferación del insulto en Twitter? ¿es igual en otros países?

AC: Creo que en otros países es lo mismo. Yo me acuerdo algún tweet del día de la elección en Estados Unidos. Donald Trump, de la construcción, los tweets “gritando” que era fraude, que los demócratas eran todos unos ladrones, casi que Obama era un fascista, una locura así. Yo creo que es una cosa que... en los otros países debe ser más o menos parecido. Es bueno saberlo. Yo sigo algunas cuentas de España y se dan con todo, no son más *polite* en España. Yo creo que eso es malo para la calidad de la discusión pública.

ME: También me da la impresión que... no se puede atribuir a una causa en particular, pero que esta especie de ficción del uno a uno favorece el tono de agresión, como si se olvidara el carácter público.

AC: Los twittereros que piensan que el Twitter les tiene que contribuir a su perfil público o a no dar puntada sin hilo, son muy conscientes de eso, de que con lo que ponen, por más que sea una respuesta, le están hablando a una audiencia. De eso estoy convencido. Pero que contestan hablándole a la audiencia y no a la persona. Yo creo que hay más impunidad en eso en la gente que no le interesa, que no tiene nada para perder en la política y que no le interesa hacer un desarrollo político. Ellos tienen... son mucho más habituales las puteadas porque lo que falta es la regulación de tenés que ser una persona popular y tenés que caerle bien a mucha gente y tenés que sacar algo productivo de todo eso y que el futuro existe e importa y un diagnóstico dice este momento político es malo y hay que salir y no se va a salir cortándole la cabeza a alguien. Bueno, yo creo que hay mucha gente tiene cierta impunidad. ... De todas formas... hay veces que juega un papel que no es tan negativo y es como que tiene visiones extremas que te hacen reflexionar respecto a la existencia de un extremo y la existencia de una cosa más del medio. Y hay veces que sirve, como por ejemplo con la cuestión de Irán porque te dicen “y es como si a los nazis en los juicios de Núremberg los hubiesen juzgado con leyes nazis”. Y bueno, no es así, pero no es tan distinto.

7. Entrevista con Ana Doria

Entrevista Ana María Doria (GEN)

ME: Yo trabajo sobre discurso político y estoy trabajando sobre los cambios en el discurso político a raíz de los usos de las nuevas tecnologías. Para darle un anclaje más empírico me interesaba hacer una serie de entrevistas con gente que esté trabajando en política, de distintos partidos, de distintas generaciones, de distintos niveles de responsabilidad como para tener un muestreo más o menos variado. [...]Me gustaría que me cuentes un poco. Primero un poco en qué estas trabajando vos acá y tu impresión general del tema de las nuevas tecnologías.

AD: Dale. Te cuento: este es el Instituto del GEN. Y desde acá, yo soy la responsable de comunicación del Instituto. Desde el Instituto trabajamos el GEN Nacional y la comunicación de Margarita. Es como todo un círculo y está todo... es muy difícil que esté todo separadito, cada uno se encarga, sino que hacemos como un poquito de todo, todos. Sí, Margarita específicamente tiene su prensa, Laura Echezarreta, y la parte de comunicación web la manejamos desde acá. Desde acá es: yo, estando acá en el lugar físico, y a su vez trabajamos con una consultora y con una... José, se llama José Fernández Ardáiz, la consultora es CICOA, si querés hablar con él... él es especialista en política 2.0 y trabaja mucho mucho... su especialidad es la comunicación política en Internet, da seminarios, charlas. Y yo también tengo como un vínculo con la Consultora, hay días que no estoy acá y que estoy directamente en la oficina de allá y manejamos como un equipo

que trabajamos con Margarita, con el GEN y con el Instituto, que es como más aparte. ¿Qué te interesa más como partido o como “Margarita Diputada Nacional”?

ME: Y por ahí me interesa más el tema de... en realidad un poco las dos cosas, porque me gustaría ver cómo ves vos la diferencia. Después te cuento un poco, si querés, mi impresión. Pero me sirve un poco para chequear si mis impresiones tienen que ver con la experiencia de los actores.

AD: Yo del tema, a ver, por suerte, lo conozco bastante, lo recontra laburamos, estando desde acá y también por fuera, por haber estado en la Consultora y trabajar en la Consultora, de hecho nosotros hicimos como un índice de Diputados 2.0, un índice de Senadores 2.0 y evaluamos todo el tiempo cómo es la comunicación en Internet.

ME: ¿Y en qué consiste ese índice?

AD: Ese índice... Acá te paso el link. Igual hay del 2010 y del 2011, del 2012 no hicimos. Lo que evaluamos es eso, cómo se comunican los políticos en Internet, mirando si “cumplen” lo que se define como 2.0. ¿Viste que desde que salieron las nuevas tecnologías todos creían que por tener una web, un perfil de facebook o estar en Twitter eran 2.0? Nosotros evaluamos si abrían el juego a la participación de la gente, que quizás es lo más importante que te permite las redes y las nuevas tecnologías en general. No sólo replicar y hacer el mismo comunicado de prensa subirlo a la web y que seguramente eso es lo que estás viendo... sino que aprovechar toda la diversidad de formas que tienen las nuevas tecnologías para comunicar y que sea diferente a la forma más tradicional que era la gacetilla... Y también cambia mucho si es en campaña o mostrando la gestión. En campaña se puede aprovechar más y hay políticos que ves que tienen mayor viveza, aprovechan y explotan más las redes o las nuevas tecnologías en general y durante la gestión no existe...

ME: Sí, eso me parece que es lo más frecuente, ¿no? ¿Y cómo les daba el índice más o menos en porcentaje? Más que nada tu impresión...

AD: Que no lo usan bien, que no lo usan bien. A ver... no hay un manual, eso es lo que nosotros decimos siempre, y sobre todo lo dice José, yo lo aprendí mucho de él. No hay un manual de cómo usar las nuevas tecnologías, no hay un manual de cómo usar las redes, quién lo usa bien, quién lo usa mal. Sí hay una postura quizás, de parte nuestra y de varios consultores bien posicionados donde aprovechar las nuevas tecnologías es abrir el juego, tener más llegada y no sólo mostrar, sino que te pregunten y tomar la voz del otro. Eso era lo que nosotros mirábamos, que terminaban usando Facebook, Twitter o la web misma como un medio más donde no se produce ese juego y ese intercambio, ese feedback con el usuario, el ciudadano, el votante, o como quieran llamarlo, según desde donde lo mires.

ME: ¿Y la experiencia de ustedes intentando hacer otra cosa?

AD: Bueno, es difícil. Esto es, te lo digo desde quizás una consultora, desde acá adentro es difícil la comunicación. Es difícil porque es quizás algo nuevo y como que cuesta entender qué significan las nuevas tecnologías y para qué sirven y quizás... no creo que sea generacional... pero sí hay, quizás, pensando como que salir en la radio, en la tele, en La Nación, Clarín y los medios nacionales como que con eso ya tenés cubierto todo... y cuando hay un público nuevo, gente nueva, intereses diferentes, hay cambios que pasan por acá. Son complementarios, no es que Internet o las nuevas tecnologías vienen a reemplazar las formas tradicionales de comunicación, sino que es complementario, es igual de importante la tapa del diario que el canal en YouTube o algunas de las herramientas. Es igual de importante la entrevista que le hicieron en TN que subir esa entrevista y largarla en el canal de YouTube de Margarita, del Partido o de quien sea.

ME: Y digamos, tu experiencia... A ver, distintas cosas... La cuestión del Partido, a nivel nacional, qué respuestas tienen de los dirigentes intermedios, ¿se enganchan?

AD: Sí, se enganchan. Por ejemplo, está la web del Partido, por la web del GEN Nacional pasa todo. Y es importante, las declaraciones están ahí. Recién estábamos hablando, hicieron un programa de tele del Partido GEN, salió por Metro, ahora fue el primer programa, los viernes de 20 a 20.30 hs, lo primero que voy a pedir yo es “necesito el programa para subirlo a YouTube”. No la quiero editada, quiero el crudo entero para subirlo a YouTube para que esté en la Web, para que este en el canal de YouTube porque mandamos un mail masivo avisando del programa y mucha gente “no tengo Metro”, “tengo Telecentro, no tengo Metro”, “en Córdoba no tenemos este canal”, “¿lo pasan por Internet?”. Entonces, al mail del Partido nos mandan preguntando. Entonces sí hay importancia, y lo ven y lo consumen.

ME: Y dentro de las comunidades locales, por ejemplo, ¿un Diputado arma su red local con vecinos, ya sean seguidores del Partido, hay como...?

AD: ¿Red en qué sentido?

ME: Por ejemplo, un Diputado de La Pampa que mantenga un contacto fluido con la ciudadanía local, con su base, digamos, a través de las nuevas tecnologías.

AD: Bueno, no, es la gran mayoría, es lo que estamos mirando desde hace años. No sé específicamente qué Diputado del GEN lo hace. Y también es por esto, acá al ser GEN Nacional, al ser Internet cada uno tiene su equipo, tiene su web, si hay comunicación entre nosotros: "te subo esta noticia", "te linkeo acá", pero después cada uno hace su trabajo con su equipo.

ME: Y con respecto a Margarita, porque a mí me parece, un poco la impresión que yo tengo, que estas herramientas son como más compatibles con proyectos personales que con proyectos institucionales. Vos que tenés las dos perspectivas, la partidaria y la de trabajar con Margarita, en general, se habla a título personal en las redes, por ejemplo. La voz institucional es un sitio, es otra cosa. Pero para las redes me parece que funciona mejor esta cosa de persona a persona y no de institución a ciudadanía, como el discurso político tradicional. Y, por ejemplo, ¿con Margarita cómo fue el proceso de empezar a usar estas cosas? ¿Algún momento que a vos te parezca significativo?

AD: Margarita fue de las primeras Diputadas que tuvo Facebook. Diferenciamos a Margarita del Partido, pero al ser un Partido más chico, quizás, es como que viene todo junto. El Partido GEN y Margarita fueron dentro de la política argentina de los pioneros en usar Internet, en el 2007, 2008, cuando Facebook no tenía nadie, Margarita ya tenía Facebook por el equipo que la acompañaba, yo no estaba ese año, entré acá en el 2009, pero sé que trabajaban con la consultora desde antes. Y creo que por el 2007 Margarita estaba en Facebook y estábamos haciendo cosas en Internet que nadie estaba haciendo, por ejemplo tener Facebook que en ese momento era "¿pero qué es Facebook?", videoconferencias, videochat en vivo con la gente a partir de una... tenemos una plataforma online del Partido, entonces charla con Margarita sobre... no sé, hoy te digo, sobre educación y mandábamos mail masivo y se conectaban y hablaban. Hay un interés, pionero, de meterse en el mundo Internet.

ME: ¿Y hay algún punto o alguna experiencia puntual que haya sido relevante como indicio de la importancia de las redes?

AD: Algo que es muy importante, el Partido GEN, la carta orgánica, reconoce, y esto está totalmente legalizado, a los cibervoluntarios, la militancia por Internet. Nosotros hace dos años, en el 2010, lanzamos los cibervoluntarios que era a través de una campaña que con diez minutos de tu día podías hacer muchas cosas que no implicaran militar territorialmente. Están reconocidos los cibervoluntarios. Por eso te digo que el GEN es como más pionero, que un Partido reconozca y le de lugar a un cibermilitante... la gente no sabemos de dónde eran... Teníamos un trabajo organizado, nosotros les informábamos todo el tiempo de todo lo que estaba pasando, de las noticias de lo que estábamos haciendo, de las campañas que estábamos haciendo y ellos replicaban con su gente, en sus redes, en su Facebook, en YouTube... mandaban propuestas. Creo que lo de los cibervoluntarios fue un momento importante acá adentro donde se mostró la importancia que le damos a las nuevas tecnologías.

ME: Y esto, por ejemplo, fue a nivel nacional.

AD: A nivel provincial. Se trabajaba desde acá, en el Instituto, a nivel provincial en cuanto a la... Sí a nivel nacional porque los cibers eran de casi todo el país. Hacíamos conferencias...

ME: Y la distribución geográfica, ¿hay algo que te llame la atención? ¿Son centros urbanos? ¿Hay gente del interior de la Provincia? ¿General Belgrano? ¿Tandil? Bueno, Tandil es más grande, pero ¿pasa algo? Porque a mí me parece que estas cosas podrían ser maravillosas en un lugar de población tan dispersa como la Argentina, pero en general la población dispersa no accede o no tiene señal, que sé yo. Por eso, quería ver si les ha servido para penetrar en distritos.

AD: En dos provincias se terminó creando el Partido a partir de un mail. Digamos, se metieron en la web y... mandaron un mail, ese mail lo recibí yo que decía "soy Juan Pérez, estoy interesado en el Partido, bla bla, tengo esto...". Lo vieron, lo trabajaron, lo fueron a ver... y a partir de un mail hoy existe GEN Tierra del Fuego. Y con los mails pasan cosas geniales, lo que escriben, viven escribiendo y siguen apareciendo ciudades donde no hay Partido en que se representen, el GEN al ser más nuevo y más diverso como el FAP, escriben para crear el Partido y lo terminan haciendo. Eso sí es concreto, a partir de un mail y yo soy testigo porque yo recibí ese mail, yo lo reenvié... Y

cuando me enteré, digo “eso fue a partir del mail que yo reenvié”. Bueno que es otra de las cosas muy importantes de Internet que es la gestión de contactos, mandar un mail o abrir un mail...

ME: Hay que tener gente que te lo conteste, si no es muy frustrante.

AD: Sí, es terrible. Para eso, no pongas mail. Lo mismo en Facebook, si das la posibilidad del mensaje privado, comentario y después nada, es peor... es mejor que no pongas nada. Le decís a la gente: “hablen, hablen que acá estamos”, “escribanos que te escuchamos” y después no responden...

ME: Y con respecto al discurso concretamente... por ejemplo, ¿Ustedes al pasar a la Web tienen que hacer algún tipo de adaptación? ¿En qué sentís vos que cambia la palabra concretamente?

AD: En lenguaje. El lenguaje web es totalmente diferente al lenguaje tradicional, desde el texto - lenguaje en sentido amplio- desde el texto, desde el mismo título, la bajada, el contenido. Desde eso no es lo mismo como comunicar una gacetilla de prensa a como comunicar en la web, los títulos son otros, la bajada es otra, en la web lo querés leer rápido, no se escribe igual... la gacetilla la escriben para los periodistas, por ejemplo, y en la Web no son periodistas, son usuarios.

ME: Claro ¿Y qué tipo de adaptaciones hacés en el lenguaje? Algunas cosa con... El estilo, vos me decís... Pero, ¿algún ejemplo?

AD: Algún ejemplo. Bueno, eso en el texto. También [...] aprovechamos mucho más lo audiovisual, la... Internet es más audiovisual, es videíto. Nosotros hemos filmado miles de cosas, algún acto que hayan hecho... hacemos mucho coberturas en vivo, lo llamamos nosotros, alguna actividad, alguna charla, encuentros, “Margarita en tal lado”. Frases corta, subir la frase corta a la Web, por ejemplo, esto en Facebook... Extractos de ella, sea una conferencia, sea un encuentro... Hacemos muchas coberturas en vivo. Encuentro Nacional, hablaban miles de invitados, de cada uno la frase más importante “habla tal”, una fotito o un videíto de menos de un minuto. La Frase, frase corta. Dijo esto en el encuentro este o Margarita en la conferencia de prensa dijo esto, foto, videíto directamente diciéndolo [...] Si no tenés la gran cámara, no tenés el mejor flash o el audio, se escucha igual, lo arreglas un poquito en la compu y listo. Ahí sí, en eso es donde más cambia el lenguaje.

ME: Y eso lo subís a la página del Partido, ¿y a la página de Margarita? ¿En los mismos términos o es diferente?

AD: Bueno, ahí es difícil. Primero si hablo en primera persona o no, eso es como un gran debate...

ME: A eso apuntaba justamente

AD: Margarita, en su web, no habla en primera persona, es Margarita, es tercera persona, es un equipo trabajando para Margarita en la Web. Twitter no, Twitter es personal. Algo interesante, por ejemplo, en la Web de Margarita se usa tercera persona... de hecho el famoso “quién soy” o “sobre Margarita”, lo hemos pensado miles de veces: ¿“Quién soy”, “Quién es Margarita”, “Sobre Margarita”, primera o tercera persona? Estamos hablando siempre en tercera persona, entonces es “Margarita”. Pero qué pasa, Margarita empieza a escribir unas notas de ella, personales... no lo podemos poner, fijate en las secciones tenés: actividades, declaraciones, proyectos, no encaja en ninguna de toda esto que sí está en tercera persona. Bueno, hay que poner una sección aparte que se llame “Mis Apuntes”, ahí sí porque es Margarita hablando, habla ella y no hay redacción encima, no hay nada, es copiar y pegar el texto que mandó Margarita, pero eso es “Mis Apuntes”.

ME: ¿Y en Facebook cómo funciona eso?

AD: En Facebook y en Twitter. Twitter es personal, personal de Margarita, es ella twitteando.

ME: ¿Twittea ella personalmente?

AD: Twittea ella personalmente. Y en Facebook es más un uso compartido, digamos, las cosas más... esto “mis apuntes”, lo subo yo, en otras más comentarios. Quizás, ¿qué pasa? No puede estar las veinticuatro horas del día frente a la computadora mirando Facebook. Y eso es algo que evaluamos también acá, Cuando ella está complicada y no se puede meter, es todos los comentarios mandarlos “Escribieron esto”, “Hicieron esto”.... Es como un uso compartido.

ME: ¿Y ahí el tema de la persona gramatical?

AD: En primera persona. Sí, en primera persona cuando habla ella y también... al estar todo integrado, a veces es el mismo Facebook del GEN que la menciona a Margarita y cuenta lo que hizo Margarita. Tenés muchas formas de comunicar y como de desviar la atención en eso.

ME: Y de encadenar...

AD: Claro, termina todo tan relacionado. No es... parece fácil... a veces no es muy fácil.

ME: Por eso digo que si uno no tiene pautas claras, se convierte en una especie de gran mezcolanza...

AD: Mamarracho, termina en una ensalada ahí que no entendés nada.

ME: Por eso digo que es muy importante que haya una decisión, primera persona acá, tercera persona allá, sino es un...

AD: Es una decisión desde el logo mismo. Bueno, ahora el GEN en el FAP, es una decisión muy política. Entonces bueno, que todas las webs del GEN tengan el logo acompañado del FAP...

ME: el enlace con el FAP

AD: Claro, entonces toda la imagen nueva del GEN es GEN y FAP. Y eso es en la Web, en la gacetilla cuando Prensa tiene que escribir es Partido GEN y el FAP... hemos mandado muchos masivos, tenemos el NotiGEN, usamos las redes... AD: donde podemos, ahí estamos. Entonces, bueno, ahora cambio la imagen de todo, porque al NotiGEN le tuvimos que agregar el logo del FAP, a la web de Margarita, a la web del Partido, a los Facebooks...

ME: Y con esto de las firmas, por ejemplo ahora... ¿Eso lo están haciendo vía FAP únicamente?

AD: Es el FAP y... Bueno, ahí aprovechamos... acá es cuando te digo que no se pelea lo territorial y lo online. Hicimos la campaña y la junta de firmas y ¿qué hicimos también? Que se firme online. Podés firmar la planilla o podés firmar online. Ahí es cuando la gente sale, sigue saliendo, pone las mesitas, consigue gente, habla; y está la firma online también, donde yo no estoy con la mesita pero respondo el mail. El vínculo es el mismo

ME: Claro, te iba a preguntar una cosa. Por ejemplo con los cibermilitantes y el Partido territorial... vos decís no se superponen, no se contradicen, pero en esa misma afirmación me imagino que vos todo el tiempo estarás discutiendo con dirigentes tradicionales que sí piensan que es una invasión, que es algo incontrolable o que piensan que se agarran una tropilla de esclavos...

AD: El miedo es que Internet, al ser tan libre y que no lo podés controlar, da como un miedo.

ME: Y también ¿hasta qué punto controlás a los militantes territoriales?

AD: Otra anécdota: Hay un twitter que se llama... Gen Nación, no sé bien, el twitter oficial del Partido es @Partido GEN, pero hay otro twitter, que no sabemos quién es, que empezó a twitear cosas que no, como metió la pata una y otra vez. Un rastreo, tuve que hacer una investigación, que metiéndome y preguntándole y escribiéndole "y quién sos" y que bla bla bla hasta que nos contactamos. Cuestión que era un militante... ni siquiera un militante, un simpatizante del GEN...

Está barbaro, tiene un millón de seguidores, él replica todo, que estaba buenísimo, pero metió la pata: subió tres o cuatro declaraciones, que no eran la voz oficial del Partido GEN... , lo pudimos rastrear, lo pudimos buscar, nos juntamos, coordinamos.

AD: nosotros recomendamos: tengan sus cuentas y aclaren cuál es la oficial y cuál no. Nosotros tenemos: Partido GEN, cuenta oficial; a esta persona le pedí que ponga "cuenta no oficial".

ME: Con eso es suficiente, claro.

AD: Pero mientras que diga "cuenta oficial" o pongas tu web, tus datos, tus datos de contacto, ya te da un guiño al usuario o al ciudadano a que sos el oficial. Lo mismo con Facebook, lo mismo con un mail o con lo que sea. Hay mucha cuenta trucha y hay que tener cuidado y eso depende del equipo de comunicación del político. Tenés que estar atento a las miles de cuentas. Hay formas... en Twitter y en Facebook podés denunciar, podés darla de baja, podés pedir que esa persona está robando tu identidad y bla bla bla. A eso también hay que estar atento.

ME: Y los cibermilitantes estos que me decías, ¿se mantuvieron en contacto?

AD: Nos mantenemos en contacto ahora; quedó un poco ahí en stand by toda la campaña por cosas de tiempo, desde que terminó la campaña el año pasado, pero sí hay unos trabajos, algunos puntuales...

ME: Claro. Pero ¿tienen alguna medición del alcance?

AD: Sí, teníamos unas estadísticas, después si querés las busco. Yo acá no las tengo porque te digo que quedó más del año pasado, y este año quedó más el contacto, así un par de mails pero no... Sí, pero teníamos cuánto por semana o cuantos cibers nuevos teníamos. Después las busco porque éramos varios manejándolo, yo la parte de estadística no la manejaba.

ME: Para tener una idea, si les parece que tuvo alguna significación estadística.

AD: Sí, igual sí, sirvió y tuvo significación, muchísima. Porque por más que sean cinco, vos sabés que esas cinco personas ya están replicando y contando...

ME: Bueno, te agradezco mucho, la verdad es que me resultó muy interesante la charla.

8 Entrevista con Enrique Saltzmann

¿Qué interés le asignás a Internet como herramienta política?

ES: me parece que ha puesto la información al alcance de todos. Antes era mucho mas trabajoso. Me refiero a la información en general. En cuanto a facebook y twitter. Yo no uso twitter pero me parece un desafío, porque obliga a sintetizar conceptos. Un buen tuitero tiene que saber condensar, una buena síntesis logra transmitir lo central. Facebook no lo manejo personalmente, tengo una persona que lo lleva adelante y me resulta útil porque te permite relacionarte con más gente. En el interior la relación es muy personal, muy directa. Yo trabajo políticamente en un pueblo que tiene 60.000 habitantes y ando todo el día por la calle. Pero esto te abre un horizonte mayor.

¿Es una perfil personal o institucional?

Es personal. De todos modos yo no pongo cosas personales ni nada de eso. Tampoco podría decir que hago política con eso. Es una cosa más. Cuando Perón llega al poder la radio fue una herramienta fundamental. A través de la cadena, decía, me escucha todo el pueblo y en un rato lo sabe todo el país. Esto no tiene esa dimensión pero es más personalizado. Un problema es que todo el mundo maneja mucha información pero todo queda difuso. El cerebro tiene una capacidad limitada y es difícil elegir. Satura. ES como un río, pasa y se va, es como una frivolidad del conocimiento.

Pero veo personas que se enganchan mucho con la herramienta. Por ejemplo, el caso de Sergio Massa, que por ahí a las tres de la mañana contesta un tuit.

MEQ: ¿Contesta personalmente?

ES: Por lo que escucho, es selectivo. Fijate en el libro El salto del Tigre, ahí cuentan esas cosas. También es una generación más nueva que tiene otro manejo de la tecnología. Me da la impresión de que muchas de estas cosas entran por los adolescentes y de ahí se difunde para arriba y para abajo.

MEQ: Y ¿qué perfil tiene la gente que te contacta a través de Facebook?

Es muy variado, muy popular. Por un lado porque el gobierno acercó la tecnología a las escuelas y también porque los teléfonos tienen Internet y la telefonía celular está muy difundida.

MEQ: ¿Qué tipo de mensajes te llegan?

ES: algunos pedidos de trabajo, muchos pedidos de amistad, algun contacto por problemas de salud. Es una herramienta amigable que en cierto modo reemplaza al correo.

MEQ: Y en la campaña electoral? Usaste estas herramientas?

ES: lo que usamos en Marcos Paz fueron los SMS. Éramos 100 compañeros y cruzamos las agendas. Así armamos una base de 5.000 contactos y una vez por semana mandábamos un mensaje.

MEQ: ¿Qué tipo de cosas mandaban?

ES: Cuestiones de agenda, alguna consigna, cuidando de no molestar. Por ejemplo, el domingo viene Sergio Massa y va a estar en tal lugar. La respuesta fue muy buena. No eran amigos políticos son conocidos de los referentes. Y por ahí algunos se enojaban porque no les había llegado. Como firmábamos "Massa- Quito", por ahí alguno me decía: "Sergio no me mandó el mensaje". Se hace algo personal.

MEQ: ¿Qué ventajas o qué diferencias ves vos entre esto y una entrevista en la radio local? ¿Para qué te sirva más una o la otra?

ES: Es una herramienta más. Una entrevista en televisión transmite más en cuanto a la llegada, la ven muchos en el mismo momento y si lo transmitís bien, te va a ir mejor. Igual captar el favor del electorado es difícil. Es una competencia entre lo que logra concretar el oficialismo y la esperanza de cambio que logra transmitir la oposición. Para mí es la primera vez que "saco los pies del plato", por una situación específica que se dio en Marcos Paz. Como soy muy conocido, fui intendente del 87 al 2003, tengo un caudal de votos. Pero los votos se juntan de a uno y estas herramientas me parece que sirven para eso, para juntar de a uno.

MEQ: Y por que no Twitter?

ES: Porque en Marcos paz no me parece que tenga llegada. La persona que me maneja el Facebook prensa y demás, me decía que no hay público twitter en Marcos Paz. Recibo tuits de Randazzo, me llegan pero...

MEQ: Y porqué?

ES: No te sabría decir. En el manejo de la política vos tenés dos instancias: la relación con los dirigentes, que es un microclima de discusiones y competencia, y la relación con el electorado que a veces no tiene mucho que ver. Yo soy bastante respetuoso de los dirigentes, porque atacar a x es también atacar al 15 % del electorado que lo sigue. Me da la impresión de que Twitter es más del microclima. Por otra parte, veo que hay mucha concentración de la política en la ciudad de Buenos Aires, cuando te alejas son otras realidades y otros modos de vida. A veces los políticos pierden la realidad del conjunto. Ese electorado está alejado de esas cuestiones que se manejan en Buenos Aires.

Volviendo al tema de las redes, lo ves más más útil para la gestión o para la campaña?

Más o menos, tenés más herramientas para escuchar al otro. Hay mucho también de la sensibilidad o la intuición. A veces te dicen lo que querés escuchar. Y en cambio, a través del Facebook pueden ser más sinceros, se animan más. Por ejemplo, un tipo como de Narváez va a La Matanza y la gente se arrima, pero él no tiene nada que ver con eso. ¿Qué le van a decir? Lo que piensan que quiere escuchar.

MEQ: Bueno eso es mas o menos todo, te agradezco muchísimo.

9. Entrevista con Facundo Suárez Lastra

ME: Bueno, como vi que vos estabas activo con el tema de Facebook y Twitter

FSL: Sí, algunas cosas. Ahora tengo un poco abandonado el Facebook, vuelvo cada tanto subo alguna cosita... y twitteo bastante.

ME: ¿Qué interés te despierta el fenómeno este de la política en Internet y por qué?

FSL: Primero, me interesa mucho. Primero, al margen de la política como red en sí, hay un tema vinculado al Internet que es el uso para obtener la información cotidiana, desde leer los diarios y estar en contacto, y tener una cadena de contactos de correo electrónico... ya desde hace algunos años es como que te falta. Como tengo oficinas móviles, trabajo acá, pero... Recibo Internet, Internet la tengo en el bolsillo permanentemente, no soy muy ágil pero cuando escribo sobre algún tema, googleo para buscar información, lo uso, lo uso habitualmente para interconexión con gente de mi círculo y para buscar información. Y después, las redes sociales las uso exclusivamente con sentido político, no cuento adónde me voy de vacaciones, ni que esta mañana el mate estaba amargo. Yo no personalizo nada

ME: ¿Por qué te parece que lo hacen los que lo hacen?

FSL: No, la verdad no tengo idea, me parece que están... A mi sorprende los políticos que lo hacen...

ME: Sí, a eso me refiero.

FSL: Porque hay gente que le gusta twitrear y el estilo del twitteo tiene que ver con contar sus cosas. Sobre todo los políticos más jóvenes, los dirigentes de la Franja, que yo sigo a varios, que dicen "no me sale la tortilla de papas" o "yendo al cine a ver Batman", y ese tipo de cosas, no sé por qué lo hacen. Si me pedís una opinión, me parece que es para estar en una onda, para formar parte de un colectivo que se comunica de una determinada forma, me parece que es más por un sentido etario, para ser consecuente con un código generacional. Mi aproximación a las redes es totalmente distinta, yo no tengo amigos personales en la red, no tengo una red de amigos personales, llegué a mi límite de 5000 amigos en Facebook y son todos de la política o de las redes. Lo mío es un objetivo, las cosas que escribo tienen que ver con la política, tienen que ver con cosas que me interesa difundir, también, eso sí, lo uso mucho para compartir con un universo que no conozco exactamente, que me imagino sus perfiles, compartir información que me parece que les pueda servir. Yo presupongo que de los seguidores que tengo tanto en Facebook como en Twitter, o lo que puedan sin ser seguidores leerme del universo de relaciones que yo tengo, puede haber gente que tenga unas inquietudes y un posicionamiento similar al mío y me interesa tirar esa información. Entonces, si yo leo un artículo que me interesa, lo comparto. Si se me ocurre algo que me parece puede ser interesante, lo escribo como pensamiento. Soy... en este momento estoy más productivo en "Twitter" que en Facebook. Pero cada tanto cuelgo alguna frasecita que tiene que ver con lo que está pasando.

ME: Sí, vi ayer o antes de ayer lo del comentario del discurso de Cristina

FSL: ¿Cuál? "Si vamos a truchar, que truchemos todos"....

ME: Sí

FSL: Para mí, por ejemplo es todo un tema, que lo pienso, porque a mi no me... Me salen espontáneamente cosas bastante más zarpadas de las que pongo. Digamos, sobre todo cuando empiezan los debates. En general, en los muros de Facebook yo instalo la idea y me meto poco. Inclusive instalo alguna cosa y me meto poco en lo mismo que pongo. Pero en "Twitter" en general tengo la tendencia en general a querer ser más polémico y más provocador, pero en general cuido el lenguaje, trato de mantener una línea de que se suponga que soy un dirigente político que procura establecer criterios o alguna cosa y cuido hasta las formas.

ME: Un cierto decoro ...

FSL: Exactamente. Porque hay muchos que tienen un estilo mucho más suelto, y a mi me cuesta porque, en general lo tengo pero procuro...

ME: Sí, eso es una cosa que me interesa y me llama la atención, esa cosa del desparpajo en el lenguaje político. Me parece que es una de las novedades que trae la red, de algún tipo de léxico, que después también se traslada a la tribuna.

FSL: Bueno, la presidenta misma.

ME: Claro, sí. Pero me parece que es una cosa que arranca por ahí en estos nuevos códigos que trae la red.

FSL: Sí, yo el otro día inclusive lo vi a -fui a una conferencia por mi actividad no política, sino en el precoloquio de IDEA. Dentro de su código, él le decía a los tipos, "A mi no me miren porque ustedes, hijos de puta, el 30% por lo menos tiene que haber votado a Cristina", le decía a gente, a su auditorio. Nadie se ofendía, yo no soy un pacato, pero hay una cosa que me parece que este funcionamiento está ablandando algunas formas del lenguaje, algo pasa con esto. Ser provocativo para llamar la atención.

ME: Y me interesa esta cuestión de la diferencia entre Facebook y Twitter, como este clima más amigable de Facebook y el clima polémico que se instala en Twitter, no sólo en las formas, no sé si es por la brevedad o por qué...

FSL: Me parece que es la brevedad y la simultaneidad, porque no solamente que es más breve, sino que es ya. Vos en Facebook colgás algo y se va agarrando (...), perdura en el tiempo. Vos en Twitter tirás algo y, si no lo repetís, agarró esa franja del timeline y se acabó y ya está, ¿no?

ME: ¿Y qué sentís que te aporta?

FSL: A mí, lo que más me interesa de los dos es ver otras miradas. La palabra conocer es excesiva, pero tengo acceso a información acerca de gente que sé quienes son, que algunos los conozco, otros no, me los imagino, que sé que se les está ocurriendo o que sé en qué están, a partir de lo que ponen ahí. Entonces, me parece que es un ahorro en términos de tiempo y de capacidad de comunicación enorme. Yo estoy al tanto de... inclusive uno puede seguir gente, (...) a ver en qué anda Fulano, lo seguís, ves lo que opinó. Entonces, me parece que me aporta eso, por un lado. Por otro lado, yo sigo a gente que no tiene nada que ver con la política pero que son muy twitteros y que los imagino como gente... bueno, son gente joven, pero que son twitteros muy intensos, que los sigo porque me interesa el estado de opinión de una cosa etaria, hay tres o cuatro twitteras que yo sigo y me divierte...

ME: ¿Quiénes son...?

FSL: Por ejemplo, hay una que es una de Mendoza que se llama [@Kalipolis](#), hay otra que se llama [@HADACON](#), algo así. Escriben cosas que no tienen nada que ver con la política, pero me interesa para saber estado de... Si querés te digo...

ME: Cierta sensibilidad...

FSL: Para saber qué pasa, para saber en qué andan, qué dicen, qué se contestan entre ellos. No es que me pase el día en eso, pero yo trabajo mucho en la computadora y mientras hago mis cosas, cada tanto paro un poquitito y le pego una repasadita a eso. Si puse alguna cosita. Lo que me está faltando - lo he venido postergando porque tengo varios artículos, inclusive que he escrito en los últimos tiempos, para incorporar, es un "blog" porque me parece que por lo que yo estoy produciendo y lo que estoy haciendo, y los intercambios que estoy haciendo, hay un punto donde yo podría complementar mucho mi presentación en la red con eso.

ME: Como un espacio más reflexivo

FSL: Más reflexivo que me permita algo más de lo que son las entradas de twitter o Facebook. Para manejar las ideas en mejor forma, no necesitas que sean todos artículos muy largos, pero puedo escribir una carilla sobre lo que se me va ocurriendo como posición política, como aporte a un debate, a una reflexión. Y tuve un par de experiencias, por ejemplo, muy interesantes, sobre todo una que escribí un artículo en Facebook sobre el tema YPF.

ME: Sí, lo vi.

FSL: Fue interesante lo que pasó con eso porque cuando yo lo escribí en Facebook, , estaba solo y estaba aislado, literalmente, estaba en una finca, lejos de todo mi sistema político, de consultas con nadie. Precisamente, por Internet me llega la posición del radicalismo. Primero me llega que el partido va a votar en contra de la propuesta del Gobierno y yo tweeteo y pongo un mensaje en Facebook diciendo "que buena la posición del radicalismo". Entonces empiezo a recibir mensajes de gente que me dice "ojo que no, estás equivocado". Yo digo "no, ¿cómo que equivocado? vayan a la página" Y cuando van a la página, yo veo la página del Comité Capital y del Comité Nacional que decía que íbamos a rechazar el proyecto. Y un par que me decían "Facundo, estás lejos... van a votar a favor, en general". Me dio tanta bronca que escribí el artículo, y cuando escribí lo colgué en Facebook.

Básicamente lo que yo hacía era una recomendación al radicalismo de que votara en contra del proyecto. Y lo de mi papá y todo eso lo ponía para decir "yo no soy un privatista anti-YPF, pero esto es una ilusión, esto es un camelo".

ME: Apelando a una cosa nostálgica.

FSL: Entonces, escribo eso y se lo paso a distinta gente y en mi listado de contactos y, en este caso, en cuanto vi que de Facebook empezaba a tener muchos comentarios favorables, hice algo que habitualmente no hago que es lo puse en una red en mis contactos. Lo generalicé a mis contactos de correo electrónico donde hay muchos radicales y muchos lo reenviaron. Y entre mis contactos tengo un par de periodistas, uno de *Nación* y uno de *Clarín*. Entonces, salió primero el domingo en *Clarín*, algo sobre mi posición tomándola de ahí. Entonces, un periodista de *La Nación* me pregunta si quiere que lo publique, y yo dije que sí. Yo estaba muy desconectado porque estaba en la finca. Ahí fue la primera vez que tuve una sensación de que esto va a más, digamos que te hace llegar a otros lugares y que en la calle me decían que lo habían visto, antes de que se publicara en el diario. El tema era un tema importante y de mucha actualidad, por lo cual se vio mucho. En el partido tomó mucha relevancia, yo hablé con los presidentes de los bloques, todos me dieron la razón pero me dijeron que ya era tarde, pero tuve mensajes por Internet también de los Secretarios de Energía del Radicalismo, mucha gente que manifestó con toda claridad que estaba de acuerdo con lo que yo planteaba. Esa fue una experiencia interesante donde la red arrancó y después el diario y la repercusión.

ME: Eso es lo que yo quiero tomar como corpus de análisis, esos días de YPF porque me parece que ahí se largó a hablar todo el mundo, hubo mucha actividad en la red porque fue una cosa repentina y los tiempos de reacción de Internet son más apropiados para este tipo de cosas que no vienen acompañadas de un debate previo, tradicional.

FSL: Hasta los tiempos... Yo no sé cómo me va a ir, pero yo escribí un artículo esta mañana con una propuesta vinculada al tema de la Ciudad de Buenos Aires y el subterráneo, en relación con el Gobierno de Macri. Un texto que expresa mi solidaridad con el Gobierno y el pueblo de la Ciudad de Buenos Aires, criticando la agresión de Cristina. Bueno, lo mandé a un diario, todavía no levanté el teléfono, lo escribí, lo mandé por correo, les hice un comentario por correo a los periodistas y ahora en un rato agarro el teléfono para decirles a ver si lo recibieron y si sale. Es una comodidad. Es más, en términos de la democratización del poder, le permite a una persona con mucho menos recursos estar en lugares que antes requerían un determinado nivel de organización y de costo, que hoy eso no tiene. Digamos, hoy el despliegue, mismo el movimiento que un político como yo hace es costo cero. Hace algunos años, eso era la gacetilla, una moto, tener un secretario que la lleve, mandar un taxi...

ME: Sí, una oficina de prensa.

FSL: Uno puede manejarse con mucha más facilidad.

ME: Sí, hay me parece también toda una... me parece interesante esto que decís porque por un lado, hay una cierta inflación sobre la comunicación uno a uno, que cualquiera...

FSL: Obvio, es un complemento de la actividad. Y es más, y yo veo que muchos a mí me dan manija pensando que la repercusión en las redes se puede trasladar mecánicamente a lo que

puede pasar afuera. El año pasado, hace un año y medio, ya en el verano del otro año, del 2011, cuando iba a ser la elección de Jefe de Gobierno. A partir de un grupo en Facebook, empezaron a decirme "Facundo ¿cuándo te largas? Tenés que ser candidato". Se armó una reunión en el Comité Capital con ciento y pico de personas, entre las cuales no había un solo dirigente político, eran todos gente del partido que quería que yo fuera candidato. Ellos pensaban, con la mejor inspiración y buena fe, que con lo que se estaba armando, teníamos para ganar una interna radical. Y a mí me daba la sensación de que eso era un complemento atractivo para mí, que tenía un grado de conocimiento previo, razón por la cual se acercaban los demás. Pero no es una forma sustitutiva de la política para que alguien se consagre. A un consagrado lo puede ayudar mucho, ahora consagrar a alguien desde ahí es muy raro, digamos, no lo veo. Lo veo como un suplemento, un apoyo.

ME: Sí, o pasan cosas como esto de lo de Antanas Mockus en Colombia: le iba bárbaro en las redes y después en la tele fue una catástrofe. Internet es un espacio muy preservado, donde uno sale y dice lo suyo sin los riesgos de interactuar con la prensa o con un adversario.

Me gustaría profundizar un poco sobre la cuestión del estilo y la agresión

FSL: Para mí es un riesgo para la política. No es un tema de formalidad sino que lo que legitima a un líder o a un dirigente es que haya un consenso de que ese dirigente tiene algo más que agregar que la media y eso te requiere estilo. Para mí, el tema de los modales y de los estilos no son un tema menor, es una condición para la representación. Si vos sos igual o peor, nunca vas a ser valorado como representante. La única forma en que una persona puede delegar en otro alguna decisión que debería tomar es que considere que conoce algo más, que tiene una impronta y tiene algunas características que lo hacen adecuado. Entonces, para mí, el tema de las formas y la chabacanería en la política, desde la utilización del lenguaje soez hasta la mentira, la argumentación sin fundamentos, el que valga el disparate... A mí me parece que en el fondo deteriora profundamente la política. Entonces, para mí el estilo Timmerman, el estilo de Aníbal Fernández de twitteo es un estilo que procura ser divertido, hasta puede entretener a alguien, pero a mí me parece que es perjudicial, que termina degradando a la política. Y esto es una herramienta que refleja lo que sos, si lo haces bien te fortalece y si lo haces mal profundiza tu imagen de chanta. Es lo que decía, el otro día, Sarlo del discurso de la presidenta. Cuando la presidenta se apoya en una persona que está en una clara situación asimétrica y de inferioridad a ella y la utiliza y la usa para un argumento que a su vez es bastante falaz, me parece que es un abuso de la relación de poder terrible y que refleja una sensación de cómo se ejerce y que se percibe del propio poder de parte de quien lo hace así, ¿no?

También pasa que vos encontrás periodistas, algunos, que tienen un estilo en Twitter de decir algunas cosas que a mí me llaman la atención, y me pasa con ellos lo que me pasa con la política. No quiero decir nombres, pero hay algunos tipos de La Nación que escriben en los tweets...

Es cierto, por ejemplo, el que yo mandé hoy está en el límite. Porque es una tentación que la presidente diga "si vamos a truchar, truchamos todos" y que lo diga en frente de la nación. Entonces yo digo La Salada porque La Salada es claramente un símbolo de lo trucho, si hay algo que trabaja sobre lo trucho es La Salada. Entonces yo trato de hacer un juego de palabras y digo "estos son los valores de...", no sé, ni me acuerdo...

ME: esto que vos decías, si de construir un lugar diferenciado que a veces los gestos... yo me acordaba, por ejemplo cuando Alfonsín decía lo de "mantequita y llorón. Pero no estaba instalado en ese tono.

FSL: Yo hoy escribí ese artículo sobre el tema de la... primero no sé si el diario me lo va a publicar ni cómo me lo va a poner... que era "No bombardeen Buenos Aires" (por el tema de Charly), donde junto todas las cosas, lo del banco Ciudad, lo de la policía. Entonces, lo que yo quiero hacer es un punto de inflexión, es decir "yo soy de los pocos radicales que hizo público su voto en contra de Macri", hice campaña con Ibarra en la primera ronda contra Macri. En la segunda voté en blanco, hice una declaración pública que yo votaba en blanco, no votaba ni a Filmus ni a Macri. Pero en este artículo sostengo que la Ciudad está bajo ataque y que al margen de la defensa de Macri, hay una defensa del Gobierno de la Ciudad, que cuando... Bueno, básicamente es eso, pero no escribí, porque ya era otro tema, pero yo estoy convencido de que, en el momento que sos el Gobierno, vos sos el de todos y tenés que expresar los valores y los programas de tu partido. Yo creo que a Cristina, en su discurso, falla ese tema.

ME: Sí, pero aparte con estas últimas medidas, a mi me parece que hay así como una cosa cuál es el límite legítimo para la política, si vos me decís “a este le vacían bancos”, me parece que están preparándose para las elecciones vitales del año... y en el interior no quiero ni pensar, porque, dentro de todo, la Capital es mucho más visible, pero las provincias...

FSL: Y tu tesis es la influencia...

ME: Sí, las modificaciones del discurso político al ingresar en el entorno de Internet, estos nuevos géneros que yo creo que estalla, que lo que quedaba del discurso político clásico...

FSL: No, y aparte hay otra cosa, que a la pereza intelectual que en general se nota en el medio político local, por lo menos, si vos le agregas una forma de comunicación que es esencialmente simplificadora y que te obliga, digamos, a... porque para los 140 caracteres, para decir algo interesante, son un ejercicio de imaginación y de capacidad y de lenguaje para poder entrar. Pero, por otro lado, en términos de desarrollar ideas y desarrollarlas para llevarlas adelante, si vos te concentras en el mundo Facebook-Twitter, en los dos párrafos, digo 140 caracteres, no tenés como desarrollar un programa, te achicás mucho.

ME: Pero, no sé si vos lo hacés, pero viste que ahora que lo que hacen con la gente que twittea y sube un link a otro espacio en el que está ampliado

FSL: Sí, sí, eso se hace

ME: No sé si vos lo hacés...

FSL: No, porque lo que yo hago es poner lo que se me ocurre algo o leo algo y comento. Lo que sí, el otro día se me ocurrió y me salió de casualidad, y yo pensé que hasta... lo que pasa es que y no tengo cosa de prensa... ¿viste que hay veces que comentan los tweets? Yo puse un tweet que me resultó a mi particularmente interesante, de casualidad, yo estaba indignado y me acordé de la famosa frase de Lincoln, esa que dice “se puede mentir un poco y...” la busqué, corté y la pegué, ¡140 caracteres!

ME: Justo!

FSL: Entonces, mandé dos tweets, puse uno “el primer tweetero de la historia, Abraham Lincoln”, el primer tweet y pegué las dos cosas. Me retuitearon mucho la frase famosa, pero nadie me retweeteó lo que para mí era el hallazgo

ME: Y bueno, se engancharon con lo otro. A mí me llama la atención además, que en Twitter o en Facebook dirigentes o ciudadanos hablan en primera persona del singular,

FSL: Sí, aparece el yo mucho más fuerte. Yo que soy un producto de la organicidad política y no descreo de la organicidad política, pero con los medios de comunicación actuales, con la fluidez de la información que existe, hay unos aspectos que cumplía la organización que ya prácticamente no son necesarios. Hay cómo enterarse de las cosas sin ir a un determinado lugar, en la medida que se armen redes que sean más o menos eficientes. Por otro lado, yo no creo en esto de la democracia de líderes sin organizaciones, lo que sí creo es que las organizaciones que no pueden generar líderes, no pueden competir, y el problema central del radicalismo en esta época es que no genera líderes y como está tan (...), por un problema de auto-limitación, falta de convicción, falta de vocación de poder de los dirigentes en términos personales, falta de hambre de poder en el buen sentido de la palabra, pero no aparecen los líderes y cuando el líder es una persona, todos estos medios de comunicación tan personalizados fortalecen esta idea de los líderes personales, ¿no?

ME: Claro. Bueno, yo lo primero que hice cuando empecé a trabajar esta cosa de Internet fue tratar de analizar la página de la UCR y el PJ pero mas bien las leí como síntomas de la debilidad de las instituciones partidarias.

FSL: Sí, el Comité Capital tiene una página que tiene un diseño, por lo menos, un poco más moderno que el del Comité Nacional. Gonzalo Berra, en su momento, le puso una impronta un poquito más contemporánea, pero no se continuó de una manera sistemática.

ME: Pero además es una cosa muy melancólica, uno (...) la melancolía pero de ahí...

FSL: Sí, y aparte también me parece que es una reacción primitiva o... Yo creo que es una derrota frente a la propuesta del Gobierno. Yo creo que el Gobierno, en su instalación de un relato que tiene mucho que ver con el pasado, da una imagen del pasado que subleva a los radicales que quieren... y se prenden en ese... Y el caso de YPF fue clarísimo como el Radicalismo se interesó más en demostrar que había sido mal privatizada y que los privatizadores habían sido los Kirchner que en discutir hacia el futuro qué hacemos con el recurso energético, que es lo que una fuerza

política tiene que hacer hoy, y me parece que en el fondo eso es un triunfo político del Gobierno que pone el debate donde quiere.

FSL: Bueno, y lo que tiene sí también es el tema internacional

ME: Que opinás del caso de Obama y la organización de redes en la campaña

FSL: No se explica sólo por Internet, también hay una estructura. Mira, yo estuve cuando fue la proclamación de la candidatura de Kerry en la Convención Demócrata en Boston. Me invitó un amigo, a un estadio, estadio de 40.000 personas sentadas, era como River pero todos sentados, una cosa enorme. Estaba lleno de gente de la Convención Demócrata y era una de las cinco o seis jornadas de discursos, había 40.000 cuadros de una organización. Entonces, hay mucha interconectividad y hay mucha apelación, y hay mucho equipo y hay mucho staff, pero es una organización con cientos de militantes, muchos. Eso me parece que también hace que esa gente este muy en contacto con las redes, me imagino...

ME: Es interesante esto que vos decís que de alguna manera la comunicación suplanta a las organizaciones y que las organizaciones se tienen que repensar.

FSL: Y si a eso le agregas el voto electrónico que te hace casi innecesarios los fiscales, o que la estructura de fiscales sea mínima, te encontrás en una revisión. Para mí hoy la estructura de partido es algo a resolver, no es algo que me ayude o que yo considere que yo o cualquier otro candidato la necesite. Es un problema, es algo demandante, que no tiene capacidad de relacionarse con lo más atractivo, con lo más dinámico, con lo que más importa, con lo que más opinión genera.

Las estructuras, yo creo, tienden a anquilosarse, tienden a ser excesivamente demandantes, hay un punto donde el militante de la estructura confunde su supervivencia en un sistema con los objetivos políticos que lo acercaron a la política y esto puede ser de buena fe y pueden no darse cuenta.

ME Bueno, muchísimas gracias.

FSL: No, al contrario, un gusto.

10. Entrevista con Rafael Bielsa

P. Quería preguntarte cómo ves vos la irrupción de las redes sociales en la política y su uso, tus puntos de vista sobre el tema.

RB. Empiezo con una experiencia personal. El fin de semana tuve acceso a un audio de los 4 discursos mayores de Malraux. El primero es cuando el acoge en el Panteón las cenizas de Jean Moulin, el líder de la resistencia, que muere a manos de la Gestapo. El segundo es cuando inaugura la casa de la cultura en Amiens y el tercero es una conmemoración de la mujeres ajusticiadas en ... el campo de concentración y el cuarto es una charla con combatientes de la Guerra Civil Española. Son discursos de 30 minutos 40 minutos. Me detuve en el primero y busqué si había sido filmado. Fue el 4/12 de 1964 y fue filmado. Es un discurso absolutamente político y de una potencia expresiva y evocadora y articuladora. Malraux dice que en los días de sobrevida de Jean Moulin "la suerte de la resistencia francesa basculó entre una palabra dicha y una palabra callada; y Jean Moulin calló". A partir de ahí es imposible no llorar con ese discurso. La cámara hace un paneo, estaba Charles De Gaulle, y muchos excombatientes que se secaban las lágrimas. Me parece que ese discurso es interesante por varias razones: seguramente Durán Barba o estos gurúes internacionales, Morris y todos estos tipos que se han dedicado al discurso, lo trivializarían como un discurso antiguo. Pero lo que no es antiguo es la estructura. La estructura del discurso político pone en contacto un activo que está en el pasado- mediato o inmediato-, que permite anclar lo que está diciendo en algo que no sea evanescente... y eso vincularlo con lo que vas proponiendo y proyectarlo eso mismo al futuro con su figura como el materializador.

Para mí no es para nada neutral el hecho de que el tipo que emite un discurso sea un asno o tenga valores de la cultura, del humanismo, conocimientos del mundo en que vive, del mundo pasado. ¿por qué? No me refiero solo al efecto del discurso sino al tipo de pasos hacia adelante que empezás a ver según el discurso sea uno u otro. Si vos tenés el diagnóstico que tu sociedad, a la que amás vive desgarramientos te preguntas, ¿Cuál es el nudo de la decadencia? Para mí el nudo de la decadencia argentina es la imposibilidad de sostener en el tiempo algunas decisiones – ya sea más o menos inteligentes o más o menos mediocres. La argentina va de la cuarta al pértigo con cierta periodicidad. Estamos todo el tiempo empezando y eso genera políticos con una

vocación fundacional, que caen en la descalificación o el olvido de lo que los precedió. Al mismo tiempo, el mundo moderno no te permite el empezar de nuevo, por la velocidad de los cambios. No hay tiempo para empezar de nuevo. Esta para mi es la razón principal de nuestra decadencia. Si me dijeras dónde hay que hacer foco para un fortalecimiento y un futuro de mediana estabilidad e inclusión, te diría centralmente la cuestión educativa. Por eso no es indiferente que el presidente sea un asno o sea consciente de este tema. Porque en ese caso atraviesa todo: los gestos, la elección de los colaboradores, todo.

Lenin decía que todo es ilusión menos el poder. Porque el poder es el gran articulador. Se ve hasta en los modos, estilos, formas de hablar, en la agenda pública.. entonces cuando vos tenés un empobrecimiento del pensamiento publico tenés una agenda pública pobre.

Te hago esta introducción porque yo no uso Twitter ni Facebook, por una decisión personal. Primero me parece que está contraindicado si uno no tiene una mediación entre lo que diría y lo que termina diciendo. Yo tengo pésimo humor, me enoja y me enoja mal, frente a la ignorancia y a la mala fe y frente a la injusticia. Tiendo a sobrereaccionar. En mi una herramienta de ciento y pico de caracteres sería una herramienta profundamente contradictoria y contraproducente. Entonces, no la uso y sólo la consulto para seguir algún link, que me dice fijese en tal cosa. Y siempre me quedo profundamente insatisfecho. Porque la virtud del epigrama, ser ingenioso, exacto y conmovedor en pocas palabras es de una excepcionalidad, en Argentina, notable.

En segundo lugar, no hay líderes del mundo que se administren su propia cuenta. Todos tienen especialistas. Que le dicen: esto se puede decir así o así pero te aconsejamos no decirlo. Obama o el Primer Ministro de Dinamarca tienen un equipo. Hay una serie extraordinaria que se llama Borgen, donde se ve con qué cuidado administran las declaraciones públicas. Sin perder la incisividad. El personaje del conductor televisivo era muy incisivo pero también respetuoso. Eso se ha perdido en nuestro país de una manera increíble. Y voy a un tema que está entre las redes sociales y los medios tradicionales: los foros de prensa. Yo leo 2 o 3 diarios ni bien llego /hartz de Jerusalén, otro de Turquía y el Financial times. Si lees los comentarios, a veces son mejores que los artículos de periodistas muy prestigiosos. Muchas veces aportan otro enfoque que ayuda a entender una situación. No hay falta de respeto ni frivolidad. Entonces, a medida que recorrés los países de America Latina weso cambia. Pero no conozco otro caso como Argentina y Venezuela. Un insulto tras otro. Es repugnante . Y hay una moda, por ejemplo de llamar socialistas a los socialistas o a Lamberto Mamerto Como una gran viveza un foro que funciona sobre esas pautas se envilece.

Por ejemplo, yo simpatizo con el kirchnerismo y aun no practicando la política activa no tome el camino de criticar después de haber participado. Hay figuras que trajinan los canales de TV. A veces dicen cosas acertadas. Pero creo que si formaste parte de un gobierno, mejor calláte la boca. No es que uno deje de pensar, se trata de tener un poco de dignidad. Estuviste, hacéte cargo. No siempre hay que pensar la política con una centralidad subjetiva. Entonces, que pasa_ Disparas un tuit y si no lo haces profesionalmente eso genera cataratas de contratuits donde la cuestión es ver quien hace mas daño. Yo pienso en mi hijo de 21 años, que fue candidato a comunero por el FV. Veo lo qu consume por TE y le digo, No hijo, eso no sirve! Solo genera una subjetividad cargada de vulgaridad. La instateneidad hace que uno no se tome un minutito para pensar si es preciso. Si fuera cierto que facebook es una manera extraordinaria de comunicarte con tu constituency, habria que ser muy profesional en su uso.

Hay casos de tuiteros compulsivos, que tuitean por si mismos y generan peleas espantosas. Yo perdí la gobernación de Santa Fe con Binner, a quien nunca escuché decir nada de interés. Pero me ganó y me callo la Boca. Un consultor me dijo que mi discurso era demasiado peraltado para lina provincia como Santa Fe. Un a provincia de campesinos que valora el laconismo. No hay nada mas parecido a Binner que Reutemann. Aparecieron entonces los interpretes> @lo que quiso decir el Lole... Cuando sos copioso, se percibe como una exhibición de riqueza, y no les gusta. Pero una cosa es hacer política como uno sabe y quiere y otra es ganar elecciones. Una cosa es tener un gran aparato de propaganda y otra cosa es que te crean. `Te cuento tres frasecitas que me dijo Néstor Kirchner

“Los afiches sólo le interesan a los candidatos” es decir, no podes no estar, porque parece que te das por derrotado, pero no podes hacerte ilusiones. Es improbable que la agencia gane la elección. La segunda es “Como se gana una elección se gobierna” Hay que estar muy atento a las herramientas y al modo en que se emplean. No conozco ningún caso de un candidato innoble en

la elección que haya sido noble para gobernar> Yo tengo que ser yo mismo, porque si no, no puedo sostener el personaje. Si te toca ir en un día a 9 actos, tenes que tener cierta convicción. No puedo repetir, trato de decir mas o menos lo mismo pero de otra manera. No entiendo a los que pueden decir algo que no elaboraron. Yo pertenezco a una generación que definió algunas cosas muy tempranamente. Para mi la duplicidad no existe, la coherencia tiene valor, la construcción es colectiva, tiene que haber una épica. Es como una segunda naturaleza.

En cuanto a las redes, en cambio la cultura de la instantaneidad se asocia al logro sin esfuerzo. ES un contravalor con respecto a los valores en los que crecí.

En lo que hace al discurso yo siempre estoy a la caza de felicidades expresivas. Recorto, guardo y cito. Eso no cae bien. A veces piensan que les estas echando en cara lo que leíste. Pero para mí, no citar es robar.

11. Entrevista con Julio Raffo

MEQ: Con respecto a las nuevas tecnologías y redes sociales, quisiera que me cuentes, vos que herramientas usas?

JR: Me he tenido que aggiornar... Uso Facebook, Twitter, tengo una página.. Te voy a decir que yo tengo la clave para entrar y a veces entro; pero generalmente delego. A veces mando un mensaje con el teléfono y lo subo a twitter.

MEQ: ¿Qué tipo de cosas subís? Comentarios? Intervenciones en el recinto?

JR Todo. Reflexiones que considero relevantes en la coyuntura. No porque yo me considere importante, sino que me parece importante que se sepa qué es lo que uno piensa. Por ejemplo Me putearon por el campeonato -y no me importó- porque en esa primera marcha de los autoconvocados, cuando terminó la sesión y fui a tomar el subte, había una cantidad de gente impresionante. No fui a la manifestación, pero me encontré con ella. Y cuando veo gente policía, despelote, velorio, si hay lío voy. Si veo un interés colectivo voy y después opino. Empecé a poner: "Acá hay mucha gente" "Me llama la atención la serenidad" " Es interesante la composición de clases". Había mucha gente trabajadora – empleados, vendedores, no son obreros, pero son trabajadores. Como decía Unamuno: "Hay momentos en que callarse es mentir". Prefiero equivocarme y en todo caso tener que rectificar. Me pareció importante que gente que me ha votado sepa qué pienso de eso. No quiero hacerme el boludo.

Y quienes se enojaron?

JR Nunca tuve tantos amigos como en este gobierno, son amigos generacionales. Pero entraron a salir como si, a esta altura, me hubiera vuelto de derecha. Siento que hay una exigencia: uno *debe* tener Twitter y *debe* tener Facebook.

MEQ: ¿Te parece razonable esa exigencia?

JR: Creo que hay un exceso de información, y es difícil saber que significa. El exceso de información tapa la información. No sé si es razonable o no. Es un dato de la realidad. Es como Lo que plantea Víctor Hugo en Nuestra Señora de París y el personaje que se indigna con la imprenta. Lo que no es un dato de la realidad es la conducta de la gente. Hay gente que se obsesiona, como Lubertino. la ves con el Twitter en medio de la sesión. Algo está mal. Cuando la presidente manda 60 tuits, me preocupo. Por ejemplo, subí el otro día con lo del Borda. Estaban golpeando a la gente y ahí me parece importante no quedarse callado. Hay costumbres que me parecen patológicas: si no contestas en seguida parece que estuvieras haciendo algo incorrecto.

MEQ: ¿Qué diferencia hay en el uso que hacés de Twitter y Facebook?

Twitter es para frases más cortas. “Estoy acá, le están pegando a uno”. En Facebook subo notas, un argumento, un artículo. Más conceptual, explico algunas cosas, a veces algo de humor político. Confieso que subo cosas pero no leo mucho la repercusión.

MEQ Y esas cosas las linkeás a la página del partido?

JR: En la página del partido, que es Infosud hay un link a mi página.

MEQ: ¿Y tenés gente que te asesora en esos temas?

JR. Más que asesorarme lo hacen. Me resulta más cómodo. Si veo que alguna nota funcionó bien, les pido que la suban. Lo que me parece una barbaridad, una degradación es anonimato que se genera y se aprovecha para el insulto, el agravio. A la larga puedes averiguarlo pero uno no tiene ni tiempo ni ganas. Es un acto de cobardía. Una estafa. Si quieren insultar, que insulten; pero no desde el anonimato. Lo que me dicen los que me asesoran es que tiene más repercusión cuando tuiteo yo, que se nota. Obviamente, el asesor no sube cosas muy jugadas. Como cuando la Presidente dice; “Soy cholula”, es obvio que tiene que ser ella. Nadie va a mandar algo así en su nombre. El asesor nunca puede estar seguro. Si doy un discurso en el recinto y me voy de boca u ofendo sin querer a alguien, depuse por ahí no quiero dar más manija. Eso lo tiene que decidir uno mismo. Lo pueden hacer para decir: “Hay un acto en tal lugar, los invito, etc.”. Aho no hace falta consultar.

MEQ: Y tuiteas en primera persona del singular?

JR: Si, si, si. Me parece chocante el nosotros, es como un plural mayestático. Uso el nosotros si hablo en nombre del partido. Yo creo que se ha banalizado el discurso político, por lo menos el de mi generación. Se abandonaron los instrumentos teóricos (como aquello de la contradicción fundamental y secundaria, por ejemplo). No porque fueron superados por otros instrumentos más finos. Veo un retroceso a una etapa sin análisis conceptual.

MEQ. Bueno eso es más o menos todo. Te agradezco muchísimo.

12. Entrevista a David de Ugarte

¿Cuales son a tu juicio, las novedades más importantes en los discursos políticos en las "redes sociales"?

Creo que en un principio los políticos entendieron bien lo que de recentralización hay en las estructuras de Facebook y Twitter. A diferencia de los blogs, que solo tienen sentido en una conversación, estas herramientas impulsan una «cultura de la adhesión» que se adapta al modelo comunicativo clásico de las dirigencias políticas tradicionales. Básicamente: al restringir el rol del ciudadano al de «seguidor», a la expresión de gusto o disgusto, les coloca en un plano superior y les libera del lugar donde los blogs les colocaban, el de articulador de relatos sociales.

Con el tiempo, seguros desde esta posición, han encontrado en estos canales, un medio para llevar al paroxismo lo que era una tendencia marcada en los medios: la reducción del mensaje a titular, la sustitución de la racionalidad conversacional, de la argumentación y la discusión de medios y objetivos, por la expresión y dinamización de sentimientos reactivos azuzados en un continuo fluir de posicionamientos no necesariamente conducentes a acciones políticas.

De alguna manera twitter y facebook se han convertido en termómetros de una política de baja calidad. En Europa se ve claramente: en Suiza, donde el debate político es fundamentalmente «aburrido», es decir, donde la relación entre los políticos y el resto de ciudadanos tiene por objetivo la adaptación permanente de lo institucional al debate local, las llamadas «redes sociales» no tienen prácticamente alcance. Las verdaderas redes sociales (conversaciones, blogs, coaliciones ciudadanas que se expresan como ciberactivismo) sin embargo hacen parte de la cotidianidad. En

cambio en los estados donde los partidos están más cuestionados por la ciudadanía -como España, Grecia, Italia o Portugal- y donde la estrategia partidaria sigue pensando en términos de acarreo de votos, el reflejo de la clase política es intentar forzar permanentemente a la polarización. No hay entonces lugar para lo deliberativo y los partidos -con cada vez menos bases- pasan a vivir en campaña permanente, sustituyendo un compromiso que ya no encuentran en la base social por adhesiones puntuales. En esa lógica descompuesta y disfuncional, la «cultura de la adhesión» de facebook y twitter se consolidan como la versión descompuesta, pero también como la alternativa a los procesos deliberativos que emergen en la periferia del sistema político.

¿Qué diferencias ves entre Facebook y Twitter?

Desde el punto de vista de la estructura son similares. La dependencia de un centro, de una empresa proveedora, representa un paso atrás gravísimo en las formas de comunicación en Internet. Tanto por la posibilidad de control como por la pérdida de autonomía como por la delimitación del mensaje a través de la forma impuesta por el medio.

Desde el punto de vista del relato político aunque la lógica global es la misma (coleccionar adherentes como forma de representar un «apoyo» o cuando menos «interés» social al margen del trabajo político real) aunque con matices. En cualquier caso, destacaría sobre todo el bajo nivel de compromiso de las relaciones establecidas entre políticos y ciudadanos en estas plataformas... que a las finales se materializa en la asunción de la comunicación como un juego que tampoco compromete en exceso al político emisor. Twitter ha llevado la «berlusconización» de la política a nuevos ámbitos. Lo que antes parecía reservado a los grandes liderazgos populistas ahora está al alcance de un concejal suburbial. Pero ¿podemos llamar a eso democratización de la comunicación?

13 MARIA SOL TISCHIK: Yo trabajo en el tema del gobierno abierto, pero no pensarlo desde el individuo, o sí, pero también incluyendo al colectivo. Se incorporan los mecanismos para que el colectivo participe porque lo que se dio en países como... el caso de Irekia que es como lo más conocido en términos de gobierno abierto en habla hispana – Irekia es la experiencia del país vasco – es que se abrieron todos los canales para la comunicación con la ciudadanía, se armó una plataforma súper interesante de participación, pero la gente no participaba. Porque la realidad es que se pensó en un modelo individual y no colectivo.

. Es raro que el ciudadano individualmente participe. Porque cuando el ciudadano participa, participa dentro de un colectivo. Rara vez, o como vos decís, en algún caso, con algún tema particular e específico, esporádicamente, pero cuando lo hace en el paso del tiempo y cuando lo hace asiduamente, lo hace dentro de un colectivo. Más o menos comprometido, pero dentro de un colectivo. También ahí hay que ver qué uno entiende por participación, qué nivel de participación ubica. Si la participación es simplemente la opinión, se puede decir que en Twitter hay un montón de gente participando en política, pero como no se trata de generar alguna acción o algo concreto...

ME: Sí, sí, o por la negativa, multitudes que después no cuajan...

MST: Bueno, esa es otra cuestión que nosotros estamos como queriendo – cuando digo “nosotros” hablo desde el Estado –

ME: Contame un poco dónde estás trabajando.
María Sol Tischik, PJ Digital es dónde estás trabajando?

MST: Sí, si querés desde la Subsecretaría de Tecnología de Gestión.

ME: Por eso te decía, decime vos

MST: Sí, desde la Subsecretaría de Tecnología de Gestión

ME: Qué depende de...

MST: De la Jefatura de Gabinete

ME: Y bueno, ¿ahí la Subsecretaría es la que está organizando esto del Gobierno Participativo?

MST: La Subsecretaría tiene dentro del...

ME: Gobierno Abierto, perdón.

MST: Dentro de la Subsecretaría hay un espacio que se llama la Agenda Digital Argentina. La Agenda Digital se creó a partir de Decreto Presidencial, año 2009 [N.: [Decreto nº 512/2009](#)] – si querés después te paso el número de decreto y todo – y lo que busca es generar la estrategia digital de Argentina. Distintos países tienen agendas digitales, entonces lo que busca la agenda es generar grupos multisectoriales que trabajen sobre la temática de lo digital. La agenda... lógicamente imaginate que desde el 2009 a la fecha todo esto evolucionó a pasos agigantados, el Estado fue desarrollando políticas, algunas más coordinadas que otras. Lo que se está buscando ahora es sobre lo que está hecho empezar a ponerlo en red, empezar a hacerlo dialogar e interconectar; y ese es el objetivo de la Agenda Digital. ¿Qué está haciendo? Está reuniendo a distintos representantes de la APN, de la Administración Pública Nacional, sumando e incorporando a las Universidades, a las organizaciones de la Sociedad Civil, todo como en distintas etapas para discutir cómo armamos ahora este Gobierno en Red o cómo empezamos a interconectar lo que ya está hecho; porque la realidad es que AFIP desarrolló sus sistemas, Ministerio de Planificación desarrolló su sistema, entonces cómo avanzamos con temas como digitalización, interoperabilidad, software público, software libre, gobierno abierto, cómo empezamos a poner en red todo eso que el Estado ya hizo. ...

ME: De una manera anárquica, digamos.

MST: Exactamente. Y lo que estamos queriendo es generar un modelo argentino de Gobierno Abierto, si bien la doctrina - si se puede decir así - del Gobierno Abierto viene un poco impulsada desde Estados Unidos, Obama en el año 2009 crea un memorando en donde dice “el Gobierno Abierto es esto y tiene tres ejes: la transparencia, la participación y la colaboración”; entonces con este objetivo el gobierno se va a proponer distintos objetivos y distintas iniciativas. Entonces lo que nosotros... Y pone a la tecnología por encima de un montón de buenas prácticas, si se puede decir así. Entonces, lo que estamos planteando desde Argentina y desde este grupo de la Agenda Digital, que si bien no es un grupo de gestión sino que es un grupo pre-decisional, de debate, de consenso, y demás, que acerca, en todo caso, iniciativas y propuestas al Ejecutivo y a los espacios de gestión, lo que se está debatiendo ahí es cuál es el modelo de Argentina en estos términos, en términos de participación, en términos de transparencia, en términos de colaboración.

ME: ¿Y la articulación con las provincias cómo es, más o menos?

MST: Y bueno, eso es lo que estamos... esta es como la segunda etapa que se viene porque las provincias generan... hay provincias que generaron modelos propios muy interesantes como Mendoza, - esto es lo que nosotros resaltamos – subordinando la tecnología a la política. Entonces ellos consideran que un foro participativo, que presupuesto participativo, que una capacitación son cuestiones vinculadas al Gobierno Abierto. O sea, que el Gobierno Abierto no necesariamente... no es una condición sine qua non el tema de las nuevas tecnologías para el Gobierno Abierto. Gobierno Abierto es un concepto mucho más amplio que utiliza como herramienta a las nuevas tecnologías, a Internet, pero no necesariamente para tener un Gobierno Abierto necesitas de eso, podés generar un montón de actividades y de cuestiones que estén vinculadas al Gobierno Abierto, que es un gobierno participativo, que es un gobierno que tiene una relación... que le da lugar de participación a los ciudadanos, que cambia culturalmente su forma de gestionar, que empieza a trabajar colaborativamente, en red. Esa es la idea del Gobierno Abierto, desde lo que

nosotros en Argentina estamos pensando, trabajando y discutiendo. Dentro de la mesa digital, de la Agenda Digital del Gobierno Abierto, en el grupo de trabajo del Gobierno Abierto – vos sí hay algo que no entendés, decime, porque yo tal vez tengo naturalizadas un montón de cosas – hay gente de la Universidad que está haciendo tesis doctorales, otros que están presentando libros, otros que están trabajando en consultoras, gente que viene más del espacio de comunicación, gente que está más en el espacio de gestión, hay de todo.

ME: Eso te suma como una mesa de debate...

MST: Exactamente, una mesa de debate que lo que busca es generar determinados consensos y acercarlos a los espacios de gestión. Entonces, desde el espacio de la Agenda Digital, todos estos organismos que participan, consensuamos que el modelo de Gobierno Abierto para la Argentina sería tal, y no que venga impartido de otro lado.

ME: ¿Y esto arrancó cuándo?

MST: La Agenda Digital desde el año 2009; y este grupo de trabajo este año.

ME: Claro, bueno, parecía una cosa más nueva.

MST: Sí, es super nueva.

ME: Y parece muy difícil articular lo que ya viene en marcha.

MST: Eso es complicadísimo.

ME: El intendente que tiene un blog no va a querer...

MST: Lo que estamos queriendo hacer es establecer ciertos parámetros o estándares. Por ejemplo vos sos intendente de Rosario y decís que tenés un Gobierno Abierto, que implementaste políticas de Gobierno Abierto, bueno, a ver, decir: “¿te abriste de la participación de los ciudadanos a través de medios digitales? ¿Transparentaste los datos del municipio? ¿Generaste presupuesto participativo o espacios, foros de debate con la ciudadanía?”. O sea, establecer... ver si podemos generar un consenso sobre más o menos qué cuestiones básicas, algunos podrán tirar más para arriba, más para los costados, pero qué cuestiones básicas hacen un Gobierno Abierto.

ME: Sí, aparte porque es una cosa que también se va reinventando sobre la marcha.

MST: Bueno, nosotros en el año – esto en términos políticos-partidarios – el año 2006 arrancamos con la primera capacitación online que fue para mil cuadros políticos, se llamó “Blogs y política”, incorporamos a compañeros de todo el país y de todas las organizaciones políticas, dentro de lo que es el Frente Para la Victoria y el Peronismo, para que se sumen a participar. Entonces, mil personas hicieron el curso, desde Jujuy hasta Tierra del Fuego. Esa fue la primera actividad fuerte que hicimos. Y después de ahí, cursos, los cursos de la Web 2.0, de Gobierno Abierto, foros, actividades, capacitaciones presenciales, y todo el tiempo era una vorágine. Y cuando nosotros – me acuerdo- íbamos a dar las primeras...

ME: ¿Vos también trabajas con PJ Digital, no?

MST: El PJ Digital es una agrupación política que trabaja justamente utilizando estas herramientas, entendiendo que la política y la comunicación cambiaron, están cambiando y van a cambiar porque esto es un paradigma que está llegando, que todavía no se termina de instalar, y hay un paradigma que se está yendo y tal vez readaptando porque no es que porque haya una militancia a través de las redes dejó de existir la militancia tradicional, eso no va a suceder nunca. Pero sí lo que hace la militancia en las redes es reforzar lo territorial, entonces con esa idea trabaja el PJ Digital.

ME: ¿Y en qué año arranca?

MST: En el 2006.

ME: ¿Y hay un cambio por ahí 2007-2008?

MST: Y puede ser, porque hay un momento en que nosotros empezamos a trabajar fuertemente en lo territorial, en donde empezamos a ir provincia por provincia, a generar espacios del PJ Digital, entonces puede ser ahí que vos hayas visto ese salto.

ME: Sí, como que era una cosa más zonal, que estaba ahí, y después en un momento la vi como una página más armada, ¿Y cómo llegás vos ahí?

MST: Por una amiga, en realidad, que conoció a... Yo militaba en Almirante Brown, con Giustozzi. Bueno, yo empecé cuando Giustozzi era Diputado... Yo empecé en la Villa 31 a dar apoyo escolar, hacíamos un proyecto que se llamaba "Club Abierto" y que era deporte social y apoyo escolar, yo daba la parte de apoyo escolar. Ese mismo proyecto lo llevamos a Almirante Brown, nos pide Giustozzi llevarlo a Almirante Brown. Ahí es donde empecé a trabajar tal vez más políticamente, más en términos políticos-partidarios, ¿no? Llevamos las capacitaciones a Almirante Brown y ahí casi sin darme cuenta empecé a militar con Darío y para la campaña de Darío, que en ese momento era Diputado y quería ser Intendente. En el medio, entre que Darío asume como Intendente y demás, conozco un grupo de gente acá en Buenos Aires que estaba trabajando con todos estos temas y me invita a ser tutora en uno de los cursos. Entonces, me incorporo como tutora en este curso de "Blogs y Política" en el año 2006 y ahí me empecé a incorporar y a incorporar y ahí me metí de lleno a militar en el espacio. Dejé mi espacio en Almirante Brown y me metí de lleno en Nación. Así que bueno, un poco así nace todo esto.

ME: ¿Vos sos de Comunicación?

MST: No, yo soy politóloga. Y cuando me recibo digo "¿qué hago?" Y ahí es cuando decido hacer el doctorado en tema de Gobierno Abierto, así que, bueno, en eso estoy. Y después - como todo, viste - un poco la vida me fue llevando y terminé en la Subsecretaría de Tecnología de Gestión coordinando el grupo de Gobierno Abierto, incorporando a la Argentina en la Alianza Internacional de Gobierno Abierto, que es como el espacio que nuclea a todas las iniciativas internacionales de Gobierno Abierto.

ME: Sí, aparte porque parece tan dinámico

MST: Muy dinámico, muy dinámico. Es lo que vos decías. Nosotros en el 2006 íbamos, dábamos una capacitación y preguntábamos "¿quién tiene casilla de correo?" y se levantaban pocas manos porque la realidad es que el nivel de conectividad era del 16%, del 22%, estaba por ahí, y hoy tenés a más del 50% de la sociedad...

Yo creo que el cambio real se va a notar cuando los chicos que hoy tienen las computadoras, entren en la Universidad. Porque ahí hay una naturalización de la computadora que no hay con un chico que no tiene la computadora en su casa. O sea, cuando vos tenés la compu en tu casa, y cuando tu compu es una herramienta de estudio y cuando tu compu es una herramienta de comunicación para levantarte a una chica, para ir al boliche o lo que sea, esa herramienta la tenés naturalizada.

ME: ¿el que promueve esta cosa del PJ Digital era Aníbal Fernández?

MST: No, no. Hay una mesa que promueve el PJ Digital que es una mesa nacional. Dentro de esa mesa nacional, yo formo parte de esa mesa nacional, seríamos cinco o cuatro personas que estuvimos en ese primer momento, después sí hay... tenés empujones o personas en el ámbito político que entienden más lo que hacemos que otros, entonces le dan otro... Aníbal participó de un montón de... Aníbal, por ejemplo, estuvo en el primer videochat que nosotros armamos. ¿Qué

hicimos? En el año 2009, en el marco de la campaña, Aníbal era Jefe de Gabinete y lo que hicimos fue ir con una notebook a su despacho, abrimos un video y un Chat, anteriormente a eso, abrimos un espacio para que la gente pueda hacerle preguntas a Aníbal. Entonces, durante la entrevista, él iba hablando y salía en directo por Internet. Entonces había personas que en forma gratuita se conectaron en todas partes del país, lo escucharon a él respondiendo las preguntas que habían hecho previamente y también haciéndonos preguntas por Chat. Entonces, esta es la idea y la lógica del videochat, eso mismo que nosotros estábamos haciendo, en donde había más de 27 mil conectados online, al mismo tiempo, o sea una cuestión gigante.

ME: Si querés hacer un acto para 27 mil te sale muchísimo más caro.

MST: Claro, exactamente. Lo que sucedió es que lo levantó C5N. Mirá lo paradójico de esto: un medio marginal, un medio como Internet, un medio chato, organizado por una agrupación chiquita, en realidad, era replicado por un medio de comunicación tradicional. Me parece que estos fenómenos que se empiezan a dar son interesantes. O como ahora cuando levantan el Twitter de un político, lo que escribió en Twitter. Y también hay una realidad y es que acá es muy peligroso, esto también para los políticos, y es que Twitter juega mucho con la ironía, juega mucho con lo corto, con el mensaje corto y hay veces que la realidad es muy compleja y entonces Twitter es como una herramienta de doble filo, si bien te permite un diálogo y una conexión directa con el ciudadano, también...

ME: No podés argumentar

MST: No podés argumentar y se puede tornar peligrosa porque no son herramientas que se hicieron justamente para eso, no son plataformas que están creadas para eso. Entonces ahí hay un... Es riesgoso también, yo creo... me parece que son súper rescatables los políticos que están metidos ahí adentro y participan y también entienden la lógica de eso. Porque tiene una lógica propia muy particular. Vos lo sabés esto, el mensaje en Internet es corto, es conciso, no hay espacio para los choclos y el Twitter lo que tiene particularmente, que no lo tiene Facebook, es la ironía, el sarcasmo, el que gana su espacio, el que gana seguidores, es el que más o menos en ese espacio va encontrando ese perfil que lo hace atractivo.

ME: Cierta ingenio verbal.

MST: Exactamente.

ME: Por eso te preguntaba... porque me parece un tipo muy interesante, aparte porque todo el mundo sabe qué hace Aníbal Fernández en Twitter, digamos, se instaló como un enunciador.

MST: Sí, porque es una persona que realmente le gusta el tema de las nuevas tecnologías y lo entiende, lo ve y lo labura y cuando puede genera algún tipo de actividad, como la que te comentaba, me parece que eso es super valorable. Son tipos que entienden la política también desde ahí.

ME: pero en la mayoría de los políticos no tiene ninguna densidad su vínculo con...

MST: No, es real, Aníbal es un tipo que vos lo ves mirando... vos si prestas atención, lo ves en un montón de actos agachado así, mirando el teléfono. No está mirando [...] está mirando Twitter. Porque Twitter te genera esta adicción, de estar ahí y estar pasando, y leyendo y mirando y mirando... Y cuando tenés menciones... Te genera un enganche. Tiene mucho que ver con esto del ego, esto que vos decías, o hay mucho del yo.

ME: Sí y además una cosa muy interesante es la cosa que él tiene así tan panfletaria, que por un lado recupera tradiciones muy viejas de la política que facilita una retórica de la invectiva. Es interesante lo que pasa ahí discursivamente con las distancias y las cercanías, se te jeje otra cosa

que en un discurso de tribuna, hay como otra etiqueta. Y eso es muy notable, muy nuevo. Y en el plano del discurso, ¿vos qué innovaciones notas en estos años que venís trabajando? ¿Hay algún fenómeno que te llame particularmente la atención?

MST: Esto que te decía recién, lo del Twitter, cómo Internet y cómo las nuevas tecnologías hacen que el discurso principalmente tenga que ser abreviado y - como te decía recién - en un espacio como la política donde hay tanta complejidad y un montón de cuestiones. En principio, hay que tener cuidado con esto... pero bueno, la inmediatez también, lo directo que hay en esto hace también que sea super interesante para un político que no quiere más que el cara a cara, ¿qué es más importante para un político? Qué más pudiera que tocar puerta por puerta. Entonces esto lo que logra es ese puerta a puerta. Aníbal me está hablando a mí, la Presidenta me está hablando a mí. Yo como militante política, cuando veía que era Cristina la que estaba twitteando, me moría de emoción. La critican mucho a Cristina, la gente que está muy vinculada al tema de las nuevas tecnologías y demás, porque ella no sigue la lógica del Twitter, y me parece bien.

ME: Usa varios tweets enganchados.

MST: Y Aníbal lo dijo claro esto una vez, "a mí qué me importa si escribo en Twitter, en Facebook o hago una pintada en la calle, yo lo que quiero es transmitir el mensaje, y si donde están todos es en Facebook, voy a ir a Facebook, y si donde están todos es en Twitter, voy a ir a Twitter". Me parece que eso es genial, creo que da cuenta de estos políticos que entendieron por qué tienen que estar ahí, porque los espacios se ocupan en la política y si vos querés transmitir tu mensaje tenés que ir adonde está el que pueda recibir tu mensaje, el que vos querés que sea receptor de tu mensaje. Y la presidenta tiene esta lógica de yo quiero decir esto y lo voy a escribir justamente por esto, porque es muy compleja la realidad para 140 caracteres...

ME: Ahora por ejemplo lo que hacen es subir, que sé yo, un discurso de ella lo suben en 10 tweets, desde un fragmento de texto más largo, pero en realidad no son tweets.

MST: A mí me parece que es interesante cuando ella twittea, ella. Difundir la gestión está bien, está muy bien, pero me parece que el valor agregado es este de la presidenta me está hablando.

ME: yo creo que lo más importante de esto es el contacto, que digan lo que digan, lo que pasa es que en algunos se nota más, cuando publican la agenda solamente...

MST: Sí, no está bueno, o en campaña, eso se nota mucho en campaña y para mí eso es un error letal. Cuando los políticos usan el Twitter como herramienta de campaña y hay que... El Twitter es una herramienta de comunicación, el FB es una herramienta de comunicación, tu página web es una herramienta de comunicación, si vos los utilizas como una herramienta de campaña durante 3, 4, 6 meses o lo que dure tu campaña... Vos abrís tu canal de comunicación y a eso es como una planta, la tenés que regar, la tenés que poner al sol, la tenés que sacar, es así, estos son espacios de comunicación, y es preferible abrirlos si los vas a realmente a cuidar y a hacer crecer y no abrirlos y abandonarlos porque es contraproducente, ¿no?

ME: Bueno, con los blogs partidarios pasa mucho, sacaron un espacio para la campaña... y lo peor es que después quedan congelados en el tiempo.

MST: Y después, lo que está sucediendo mucho en términos discursivos, no sé si discursivos, tal vez gramaticales es que en el Twitter se ve como cambia la lógica de redacción, bueno aunque también en el resto de Internet. El hipertexto es fundamental, si vos me estás mencionando a mí y yo tengo un blog y vos no linkeaste mi blog cuando me mencionaste, es un error. Sí "María Sol Tischik..." ¿quién es María Sol Tischik? tiene que estar linkeada a una página de LinkedIn, a un blog, tiene que haber una referencia, hoy Internet permite que vos no tengas que poner entre paréntesis *taca taca taca*, sino que el hipertexto te permite...

ME: Claro, que directamente aparece destacado. Sí, y otra cosa que se hace mucho es que el tweet sea solamente un link a un video o a un acto o a un... A mi no me convence mucho eso, pero se usa mucho.

MST: Sí, pero la realidad es que no son las mejores prácticas de comunicación, no la verdad es que no es lo más... Es que ahí hay como una... como todo el tiempo un tironeo. Y, vuelvo a esto, él que entiende cómo funciona Twitter y utiliza las reglas de Twitter tiene una ventaja, el que utiliza un hashtag, el que menciona sobre determinados temas a gente vinculada a esos temas, el que usa el sarcasmo, el que usa el ingenio – como vos decías- está un paso adelante porque sabe para qué utilizar esas herramientas

ME: ¿Y con el tema de Facebook? Porque Twitter tiene esa cosa al día que tal vez [...] A mi me interesa comparar con la lógica de Facebook...

MST: Facebook en lo que quedo más es en la imagen, Facebook es un espacio más de fotos, de imágenes, de lo que ves, y sí tal vez puedes llegar a poner una nota, algo más extensivo, algo más... pero básicamente para mí quedo como un espacio de imagen

ME: Y más usado desde lo personal que desde la política. Bueno, muchos... Al ser una lógica de afinidad, esta cosa de los amigos, me gusta...

MST: Sí, igual esa lógica de afinidad revolucionó porque vos podías tener amigos y yo podía tener amigos, pero que yo pueda ver quienes son tus amigos y los amigos en común que tenemos plasma la red, la gráfica en la red, eso hizo que Facebook dé ese paso cualitativo gigante porque justamente estuvo en eso, te grafica la red, "ah, mirá, tiene al primo que no sé que... lo sumó, lo sumó, lo sumó" Entonces la red empieza a estar como mucho más interconectada y más distribuida.

ME: Sí, aparte tiene una densidad que me parece que Twitter no tiene. Porque todo el mundo está en Facebook.

ME: Sí, modifica un montón de cosas. Con respecto a Facebook, a mí me interesa lo que decías de las lógicas de afinidad y cómo...

MST: Se plasma la red

ME: Y desde el espacio, de tu espacio político, ¿lo usan institucionalmente?

MST: Hay un espacio institucional y hay un espacio personal, cada uno tiene su cuenta en Twitter... en Facebook, perdón. Y hay también un espacio que es del espacio político. Y lo que probablemente encuentres, más que el PJ Digital nacional, son distintas agrupaciones que fueron creando su Facebook, no sé – mira lo que te digo – si el PJ Digital tiene su propio facebook. Que eso es también una ventaja en Internet, entender que si vos concentras en un solo lugar la comunicación, el poder de información y demás, es un error, que el poder hoy está no en la concentración de esto, sino en el poder distribuirlo, en el poder trabajar en forma de nodos, en el poder generar la red distribuida. Entonces, probablemente al perfil del PJ Digital de Chubut llega un montón de gente que no hubiese llegado al de Jujuy o que no hubiese llegado al de Nación, entonces que haya distintos nodos hace que pueda, que la red se pueda expandir y que funcione esta lógica de Internet que tiene que ver, básicamente, con las redes distribuidas, en donde no hay un nodo central como es en las redes centralizadas, sino que el poder acá es el poder de distribución de la información y no de quien se queda con la información y la conserva.

ME: Sí, que no perciben dos nodos iguales, porque cada nodo es además un punto de distribución...

MST: Exactamente, ahí radica el poder de ese nodo, en la capacidad de distribución de información que tiene y no de conservación de la información.

ME: ¿Y los blogs? ¿Cómo los ves en este momento?

MST: En su momento, del 2007 al 2009, hubo como una fiebre de blogs, todo el mundo... todos teníamos un blog... bah, la gente que está vinculada al ámbito de la política y de Internet tenía un blog, había redes de blogs, había muchas agrupaciones creadas alrededor de blogs, que es lo que nos sucedió a nosotros. Y lo que pasó con Facebook es que debilitó esto, debilitó mucho la lógica de los blogs, por todo esto que hablábamos recién, el poder ver de quién sos amigo, de quién es amigo tu amigo, y de poder plasmar la red, también de funcionar Facebook con mayor dinámica, inmediatez y rapidez y deja un poco al blog, que es un espacio más de reflexión.

ME: Sí, es como una revista

MST: Exactamente, como un diario, como una bitácora justamente, como un diario de viaje, es ese el origen del blog. Entonces, dentro de Internet pasa lo mismo que pasó con la comunicación tradicional, los blogs quedaron más rezagados porque significan tal vez una comunicación más reflexiva, más extensiva, por la inmediatez y la imagen, que en este caso serían Facebook y Twitter. Igualmente, no me parece que sean herramientas que se excluyan, para nada, muchas veces el que tiene un blog, tiene Twitter y Facebook incorporado.

ME: Sí, también requiere más tiempo, el blog.

MST: Por eso te digo, el blog requiere más tiempo y otra dedicación; tal vez queda más rezagado por esa lógica, Es la misma Internet la que juega en contra del blog. Pero, bueno, Twitter y Facebook permiten difundir un montón de cosas escritas en un blog. Lo mismo que con la militancia tradicional – lo que te decía recién- estas herramientas refuerzan eso y, si bien Twitter y Facebook debilitan gran parte a la vedette blog, también refuerzan mucho la difusión de eso cuando vos escribís algo.

ME ¿Qué fue la Peronósfera?

MST: Lo que buscamos con “la Peronósfera” es hacer... armar una red de tercera generación, o sea, surgieron en el 2009 así como una explosión las redes como Facebook, entonces lo que queríamos era la segmentación de lo que nos interesaba trabajar en una red propia y ahí es donde armamos “la Peronósfera”. Lo que buscaba, justamente, era juntar a todos los militantes en un espacio que sea propiamente creado para eso, esto que te decía del Facebook, bueno no se creó para un espacio de militancia, entonces lo que buscamos con esta red, que tenía la mismas funcionalidad del Facebook, era armar una red interna, propia, y sumó, no sé, creo que 20 mil personas, no sé, gigante.

Nosotros también, nosotros fuimos los primeros en tener eso. La realidad es que nosotros fuimos un poco los pioneros y después otras agrupaciones fueron tomando ideas nuestras y, tal vez, haciendo nichos sobre esto. Este es el caso de Blogs en Acción. Nosotros ¿qué hacíamos? Teníamos un alimentador de blogs, entonces decíamos “registren en una de estas plataformas su blog”. Entonces, cuando vos escribías algo en tu blog, automáticamente aparecía arriba en la plataforma. Entonces, la ventaja estaba en que más actualizaba estaba siempre top ten, arriba, más visible.

ME: Además una difusión...

MST: Claro, entonces cuando vos querías leer, en vez de irte tal vez a un diario, o después de leer los diarios, te ibas a ver los comentarios que había en torno a eso. Esto funcionó como una especie de “678”, previo a “678”. En Internet se dio primero este espacio crítico, que vino desde la vanguardia y desde –cómo decirlo- desde la afuera, desde la marginalidad.

ME: Desde la periferia, digamos

MST: Esto surge desde la periferia, desde la marginalidad y empieza a penetrar en los medios tradicionales.

ME: Con respecto a la relación con la militancia territorial y sobre todo con los dirigentes que tienen cierto control... todo una cosa que se charlaba mucho en esas jornadas del FLACSO y que distintos jóvenes de distintas geografías, estaban Brasil, Uruguay... todos coincidían en que los políticos tradicionales, por un lado, querían un control institucional sobre los pibes... "vení, nene, que yo te integro", pero después los querían controlar excesivamente. Eso por un lado, y por otro lado, la desconfianza. Una cosa que se les escapaba...

MST: Es que no lo controlan y que si vos querés controlarlo, estás perdido. Además, no funciona cuando el político busca controlarlo. Justamente me parece que el valor está en el no control o en la capacidad que tenga uno de que haya más gente hablando bien que mal, pero eso es algo que tiene que lograr uno mismo, pero hay muchísimos que tal vez no les interesa estar ahí porque no pueden controlarlo.

ME: O que desconfían..., ¿les pasa eso?

MST: Sí, pasa un montón, sí, sigue pasando. Cada vez menos, cada vez empiezan a entender más la lógica de la herramienta. Yo creo que a medida que la empiecen a ver cómo funciona y a perder los miedos también, porque la realidad es que uno no tiene capacidad de control... lo que sucede con estas cosas es que son horizontales, entonces ese es el principal... donde el funcionario está en el mismo nivel que cualquier ciudadano, el político, el diputado, el presidente. Es una red horizontal, tu opinión es tan importante como la mía.

De hecho hay gente que tiene muchísima presencia, muchísimos seguidores y qué se yo... Hay uno que era... Altamira y había uno que decía... era un falso Altamira y decía todos los días "Hoy, qué buen día para hacer la revolución, lástima que se me está viniendo el frío y me tengo que ir a dormir la siesta"

ME: "...voy a dejar la revolución para mañana"

MST: Es muy gracioso, muy gracioso.

ME: Esa cosa de los fakes en Twitter, son muy divertidos algunos.

MST: Son muy divertidos. Y si realmente...

MST: No, no gana seguidores. No tienen realmente incidencia en la red. Realmente... [PibeTrosko](#), que es hoy como la estrella en Twitter, es un pibe que le da a Macri, le da con ingenio y tiene tantos seguidores, lo retwittean tanto y es tan divertido y ahí es donde encuentra el nicho y el lugar donde posicionarse, desde ese lado. Si vos vas por el otro, perdiste; eso no gana en estos espacios.

ME: Claro, no gana, pero es un objeto que está ahí y que son un fenómeno, digamos.

MST: También lo son los trolls, que son los perfiles falsos. Pero bueno, son un poco las reglas del juego también, cada uno...

ME: Claro, a eso me refería yo. Son perfiles falsos que son espacios para insultar a quien sea.

MST: Mira, yo hace poco me la crucé a la gobernadora de Tierra del Fuego en el avión
Y es súper reacia a esto, súper reacia. Y ella me dijo "¿sabes que pasa? [...]"

Tierra del Fuego es el lugar más conectado de este país, el mayor nivel de conectividad está en Tierra del Fuego; lógicamente por la distancia, si no hay conectividad, ¿qué hacés? Entonces, yo a ella la agarro en el avión y me presento y le digo “Hola, yo soy María Sol del PJ Digital, estoy trabajando acá, estoy trabajando allá”. Y le empiezo a decir “Me parece que te tendrías que hacer un Twitter, un Facebook, empezar a trabajar con las redes. Si te interesa, vamos a dar una charla, trabajamos”. Me acerqué. Y me dijo: “no, la verdad que esto a mí no me interesa, me destruyeron mucho a través de Internet, yo construí mucho y me difamaron y no sé qué”. Y yo le digo: “te difamaron, seguramente, de la misma manera que lo hicieron a través de un medio tradicional. Y la realidad es que si vos no estás ahí para contestarlo, lo van a seguir haciendo. Acá la diferencia es que vos ocupes o no el espacio porque de vos ya están hablando ahí”. Yo creo que cuando a los políticos o a la gente que está en la gestión o demás les hace este click, es cuando se incorporan. Es decir, por más que vos no estés...

ME: Cuando algo los sorprende

MST: Sí, pero además esto de que por más que vos no quieras estar, estas. Cuando los políticos entienden esto, que tal vez no va por el control, sino por el lado de ocupar el espacio y de poder también apropiarse de ese espacio y decir “Bueno, sí, yo no controlo que alguien me putee, pero puedo responder la puteada”, por ejemplo.

Hay políticas de Estado que están ayudando mucho en la conectividad. El Plan Argentina Conectada lo que hace es que está tirando un tendido de red de banda ancha de punta a punta del país. Eso es revolución porque está llegando adonde no quiere llegar ninguna empresa privada porque por costos y demás... Entonces, qué hace el Estado, le dice: “Bueno, OK, yo te hago el tendido de red, después vos la explotas”. Después van a tener que venir las empresas privadas y explotarlas y ofrecer el servicio y la gente elegirá la que más le convenga. Y va a haber lugares tan inhóspitos donde no va a querer ir y ahí sí se va a tener que ocupar el Estado de ofrecer el servicio...

ME: Gracias, Sol. Muy interesante.

14: Entrevista a Beatriz Sarlo

Entrevista con Beatriz Sarlo

MEQ: Hablando de los géneros de internet...

BS: los blogs yo tengo la impresión de que son plataformas de reserva, puede ser del pasado, pero tengo la impresión de que se usan como plataforma de reserva aquello que es demasiado largo va al blog y después se linkea a twitter o a facebook. Facebook es un espacio que yo conozco poco. Es lo peor, digamos, lo menos interesante intelectualmente o en términos de mercado. Un blog que es activo es *Los trabajos prácticos* de Huili Raffo. Huili es muy activo en twitter políticamente, pero el blog existe y provoca algunos acontecimientos, políticamente. Ahí habría que ver qué tipo de acontecimientos podría provocar un blog. En el caso de Huili, provocó el acontecimiento de la publicación del libro de Héctor Leis. El libro de Héctor Leis, cuando llega acá el original, digo ¿habrá alguna editorial que quiera publicarlo? Bueno, pensé, que se cuelgue en el blog *Trabajos prácticos*, porque es un blog al que va gente distinguida intelectualmente y bien diseñado. Y se lo mando a Raffo, que lo diseña con formato libro para colgarlo en el blog y después fue editado como libro. Es un recorrido bastante interesante como rebote. *Trabajos prácticos* tiene una cantidad impresionante de entradas en el blog y de ahí lo toma Katz para publicarlo como libro. Es decir que para algunas cosas todavía los blogs más interesantes funcionan, como biblioteca digamos.

MEQ: Claro, porque el tuit remite a otra cosa.

BS: En efecto, el tuit remite a otra cosa – a la política, al espectáculo, a lo que fuere- entre otras cosas remite al blog. La Lectora provisoria, pensando en los blogs del antikirchnerismo. No sé en que andaré el blog de Lucas Carrasco ahora. Ahí habría que ver. Como ahora se pelea... ¿Vos vas a periodizar o a tomar una perspectiva más bien teórica?.

MEQ: Tomo como corpus el momento de la estatización parcial de YPF, para tener un recorte breve. El núcleo es el cambio en los sujetos de enunciación políticos.

BS: Si, la crisis final de los colectivos políticos. Después tienen pequeñas agregaciones que pueden ser las marchas de tal mes o tal mes, pero es la crisis final de los colectivos políticos. ¿No vas a tomar ninguna de las convocatorias? Porque sería interesante comparar como se convocó en otros lugares. Es otro género cambia a la función exhortativa.

MEQ No, porque eso implicaría un cambio de corpus. En esos días está la convocatoria al acto de Vélez, pero es diferente, es una convocatoria más clásica en términos partidarios.

BS: A partir de la palabra género si pensamos en las funciones, estas exhortaciones tienen un efecto en lo real que van más allá de lo expresivo (“viva x” o “muera y”). Y eso se ve en los titulares de los diarios. Así como te digo que desaparecieron los colectivos tradicionales, hay un momento de congregación, como cuando un ácido entra dentro de una materia, se crea un colectivo instantáneo, que luego se disgrega. La desaparición de los colectivos es la hipótesis fundamental pero hay un punto en que se crea un colectivo instantáneo a través de esos géneros discursivos que se vuelven exhortativos. Y discursivamente ya crean un colectivo que no es el de la primera persona del singular. Dicen “movilicémonos” “vayamos”, si yo estoy sentada en el comité te digo eso.

MEQ: Claro pero yo entro desde una perspectiva más clásica del estallido de los modelos de enunciación política. Aún en estos casos se reivindica explícitamente la no pertenencia a un colectivo partidario.

BS: Efectivamente, eso tiene carácter fundante. Y después se disuelve, muchas convocatorias se disuelven por sí solas, fracasan. Ahí la cuestión de que se enuncia desde la primera persona tiene otro capítulo, que es que enuncia una persona que quiere constituir una primera del plural, aunque sea instantánea.

MEQ: Estaba pensando si esto que vos decías lo hacen políticos profesionales o sujetos independientes, como suele decirse.

BS: Los políticos profesionales empiezan tarde a meterse, se suman en la segunda o tercera. Carrío 10 días después dice “yo la convoqué”. Pero eso no está en ningún tuit en el momento de en que se arma la red. Esto para mí es lo nuevo.

MEQ: Yo estoy trabajando con el discurso de políticos profesionales porque el otro campo es, muy complejo de seleccionar de manera rigurosa para un trabajo de tesis.

BS: A mí me parece que en la red los políticos profesionales trivializan, mas aun – si eso es posible- su discurso habitual. Felipe Solá o de Narváez – que deben tener el mismo tuitero, dicen: “en auto hacia la plantación de soja quemada por culpa de los kirchner” o “ me bajé del auto del auto en tal lado”. No sé si viste la recopilación de tuits que hizo...

MEQ: “Argentuits”? Yo creo que lo que prevalece es la función de contacto, la agenda...

BS: si pero yo no sé si vos ahí tenes una red que deje pasar la novedad del asunto. Analizas un medio donde casi vas a encontrar el discurso político cambiado en su medio técnico. Como pasan a desplegar su retórica-

MEQ: pero necesariamente al cambiar el soporte técnico tienen que adecuar la retórica.

BS: Claro, pero los enunciados son cada vez más cortos en todas partes, Twitter y los medios confluyen en la brevedad. Mi impresión es que lo nuevo del medio pasa por esta cosa que algunos llaman emancipatoria y otros llaman expresivista. Como sea, lo que los políticos tratan de imitar cuando varían sus registros de Twitter es eso. La única que hace algo original en eso es Cristina. Ella hace una especie de diario íntimo y público que es original. Ya está en el borde de un género periodístico personal, porque también hace incursiones periodísticas. De Facebook no conozco nada. Entro y salgo. Me aburro al instante.

MEQ: Es interesante cuando irrumpen comentarios de quienes polemizan. Me interesaba en tu libro la cuestión del régimen de verdad en Internet.

BS: es que no hay régimen de verdad. Nadie está esperando registrarse, ni registrar a los demás por esa lógica. Se cree todo instantáneamente y se lo olvida instantáneamente. El efecto de la aceleración es ése. Se corren todos los peligros de las afirmaciones periodísticas no profesionales. La crisis de los regímenes de verdad por otra parte trasciende estos géneros. Los funcionarios dicen lo que se les ocurre porque hay una memoria endeble entre los escuchan, si es que alguien escuche. Mi impresión es que Twitter está independizado de cualquier régimen de verdad. Lo que aparece en Twitter es tan efímero que no puede ser falsable. Se independiza de ese régimen. Si sucede con

los mails, que pueden estar dos o tres días rebotando por internet, con hechos que no sucedieron nunca. ¿Cómo va a haber criterios de falsabilidad? Hay que estar psicótico para ponerse a verificar los tuits. Tiene que ver con el régimen de la expresividad. Uno no puede controlar la verdad de la expresión. Puede decir a lo sumo que es un hipócrita. Si alguien dice “estoy desesperado” no verificas, encarás otra cosa. El predominio de la función expresiva, en gente que no tiene cómo construir noticia. Es muy caro construir noticia. Es el problema de los diarios hoy. Aunque sea de mala calidad es cara. El hecho de que twitter tenga poca posibilidad de un régimen sintáctico complejo, también es una democratización bestial. Es el reino de la unimembre, el punto suspensivo, de la puntuación expresivista, la onomatopeya. Democratiza algo complicado que es la sintaxis, es muy difícil escribir una subordinada.

MEQ La otra cuestión es la figura de la invectiva

BS: Si es una figura absoluta, es la figura. Pero no tanto los políticos, que se limitan a marcar la agenda y presentarse como buenas personas. La invectiva es la psicología del discurso de Twitter también la apología. Los políticos hacen de la necesidad virtud, tienen que estar ahí y están. Empezaron con los comentarios de los diarios. Los trolls uno puede ver que trabajan con horario, como si ficharan. No es así en los diarios de otros países. Si te fijas en *Le Monde* o *El País*, no sucede esto, la ortografía es impecable. Esto es algo que ocurre acá.

MEQ: en efecto, la injuria suele correr por cuenta de los comentaristas, sin embargo hubo algunos casos, como Fernández en algún momento.

BS: Si, Fernández era injurioso pero pasaba información, como jefe de gabinete y su blog era más o menos lo mismo.

MEQ: Te agradezco muchísimo.

15. Entrevista con Dominique Maingueneau

Desde el punto de vista del análisis del discurso, ¿en qué niveles considera que se encuentran las innovaciones más relevantes en los discursos políticos producidos a través de estos soportes?

A mon avis, il y a deux niveaux essentiels qui sont concernés :

1) Le niveau des genres de discours, 2) le niveau textuel.

1) En ce qui concerne les genres de discours, il s'agit d'une double transformation : a) il s'agit de médiums (Internet, Twitter) qui ne correspondent pas à la définition traditionnelle du genre (voir mon article sur les genres du Web) ; b) il s'agit de formes qui ne sont pas spécifiquement politiques, mais d'une utilisation à des fins politiques de modes de communication conçus pour créer du lien social.

2) Au niveau textuel, la transformation se manifeste sous deux aspects essentiels :

a) Le recours à des ressources linguistiques qui ne relèvent pas du discours politique spécialisé, mais davantage des usages conversationnels ordinaires (en particulier au niveau du lexicale).

b) L'effacement des longs textes structurés, argumentatifs, au profit de l'expression fragmentaire d'opinions.

ME: ¿Hasta qué punto considera que estos cambios resultan disruptivos con respecto a las formas más tradicionales del discurso político?

DM : Il y a deux manières d'appréhender ce phénomène : 1) on peut y voir une extension du discours politique ; 2) on peut y voir une transformation en profondeur du discours politique.

La première hypothèse est celle que défendent en général les professionnels de la communication politique : pour eux, le discours politique annexe de nouveaux espaces, en prise sur les pratiques des citoyens. Mais cela ne change rien fondamentalement.

La seconde hypothèse, plus conforme aux présupposés de l'analyse du discours, incite à penser que le discours politique est transformé, car le discours politique n'existe pas indépendamment des genres du discours politique. L'intervention de Facebook et de Twitter transforme la manière dont le politique se met en scène : le professionnel de la politique se présente comme le font les acteurs, les journalistes ou les sportifs célèbres, ils ne mettent plus leur spécificité en évidence.

On peut considérer que cette tendance n'est pas totalement nouvelle, elle radicalise un phénomène ancien. Avec l'apparition de la radio, puis de la télévision, le destinataire du discours politique a été de moins en moins interpellé comme citoyen et de plus en plus comme une personne à qui on s'adresse à l'intérieur de sa sphère privée.