

# **SOCIEDAD RED. COMUNICACIÓN (POLÍTICA)**

*Posted on 16/10/2008 by Naidar*



¿Un diálogo entre Josu Jon Imaz y Miquel Iceta? Para empezar, una alegoría de la política desde la química, a cargo de [Antoni Gutierrez-Rubí](#).

Empieza Josu Jon Imaz:

- [De las naciones a las redes](#), de [David de Ugarte](#).
- "Internet no crea la red", hay que disociarlos. "La sociedad red es algo previo", me alegra escuchar esto, he tenido la impresión por ahora en el curso que estamos demasiado centrados en la tecnología.
- "No hay centro, cada uno puede poner su centro donde quiera". Suena bien, pero no sé, no termina de convencerme. ¿Estamos demasiado metidos una "élite" en estas cosas pero la realidad es más tozuda? ¿No estaremos hablando demasiado de nosotros mismos? Quizá nos creemos que somos nosotros el centro, pero sigue habiendo poderes fuertes, poderes clásicos.
- "Construirse la identidad frente a otro es muy fácil y ya no vale. Ahora, cuantas más conexiones con otros, más fuerte soy y más fuerte es mi identidad". -serían las implicaciones para el concepto de nación, y aplicables también a las "identidades nacionales minorizadas".
- Y ahora toca el partido en red y el candidato en red. Barack Obama como paradigma del nuevo candidato que aprovecha la tecnología y la red como maquinaria política.
- Por fin hablamos de "los más indefensos de la sociedad", me alegra oírlo, y que lo plantee además como un riesgo. En este blog he insitado bastante en que esto de la red, lo 2.0., tiene claros riesgos de exclusión, de multiplicación de la exclusión.

Continúa Miquel Iceta:

- Citan los dos a [Daniel Innerarity](#). He leído algún libro de él y merece la pena, porque incluso a pesar de su densidad literaria, propone conceptos muy influyentes.
- La incertidumbre como nuevo paradigma. Y además el receptor ya no tiene sólo libertad para elegir, sino que tiene la posibilidad de crear sus propios contenidos, y "discutir la autoridad del emisor". Vuelve a salirme un impulso de duda. Pienso en la cultura política y me cuesta; precisamente, como dice Innerarity, frente a la enorme capacidad de innovación social de otros sistemas sociales, el sistema político-partidista-institucional va muy por detrás.
- "La libre opción de desconectarse". Ante la saturación, ¿Cuántos han decidido desconectarse ya de la tecnología conectadora? Y, sobre todo, ¿cuántos están desconectados socialmente, más allá de tecnologías?
- Política 2.0: la gente sólo escuchará a quien haya demostrado que es capaz de escuchar. Pienso en todos esos blogs institucionales y de candidatos políticos que han surgido últimamente y no sé si escuchan.

No he podido preguntar, pero tenía ganas de sugerir algunas cosas. Entre ellas, mi impresión sobre el funcionamiento de la blogosfera en cuestiones de posicionamiento ideológico y partidista. Tengo la sensación de que hay un claro riesgo de endogamia y condescendencia, que entramos a dialogar, a conversar con los iguales, con los que compartimos ideas, y tendemos a alejarnos de quienes piensan diferentes. Creo que es un elemento generalizado en cualquier temática que se mueve en la web. Pensemos qué fuentes agregamos: prácticamente siempre son blogs que nos gustan, que

nos son afines. Sería bueno, quizá, que por cada diez blogs con el que compartimos ideas y añadimos a nuestro lector RSS añadiéramos al menos uno con el que no estamos de acuerdo o, simplemente, mira las cosas desde otro punto de vista, desde otra disciplina técnica o científica. Y admito que soy el primero que no lo cumple.

Ahora continúa [Andrew Rasiej](#), del [Personal Democracy Forum](#):

- Presenta un mashup de los eventos de la campaña de [Obama](#).
- Cuenta una anécdota muy gráfica sobre la llegada de internet a las elecciones americanas, a partir de la organización autónoma y ajena a la oficina electoral de [Howard Dean](#) de un movimiento de apoyo en internet a partir de un simple artículo en un periódico.
- Youtube ha destruido campañas de candidatos al Senado simplemente por la reproducción viral de un vídeo.
- "¿Is Obama using the internet or is the internet using him?" Interesante pregunta.
- Buscando "Obama" en Google, los diez primeros enlaces son contenidos producidos por Obama, todo en positivo; si se hace el mismo ejercicio con "MaCain, el resultado incluye en las diez primeras entradas contenidos críticos con él. A eso se le llama ganar una batalla.
- Otro ejemplo, en este caso de la batalla H. Clinton vs. B. Obama, y cómo un [vídeo](#) creado en dos días rompió en un segundo el discurso (vacío de contenido) de la primera relativo a la "conversación", utilizando para ello el símbolo de 1984 y el Gran Hermano (caracterizada como H. Clinton).
- Otro "piece of crap" de la campaña de Clinton: un [vídeo](#) bien facturado, con las ideas claras, contenía una frase ("los blogs se vuelven locos") que fue percibida como negativa por la red y perdió toda su capacidad de contrarrestar el ascenso del [vídeo "Yes we can"](#) de Obama. Así, se creó la sensación de que Clinton "no es una de nosotros" para toda una generación de jóvenes - posiblemente, más influenciables que poli-fluentials - y empezó a perder terreno en la carrera de las primarias.
- Insiste: "dejamos la economía de la escasez y estamos en la economía de la abundancia" y vuelvo a pensar que no es cierto. Estamos NOSOTROS en un entorno de abundancia de aparatitos, vídeos, aplicaciones Facebook, contactos en redes sociales,...pero sólo eso es lo que abunda, inunda. Es la Economía de la Inundación para unos pocos. Gran parte del mundo vive (y muere) en la economía de la escasez, en Etiopía y en Barcelona, en Detroit y en Bilbao. Lo siento, en este punto empiezo a diferir mucho de ese discurso.

**There are no comments yet.**