

La muerte de Fidel Castro, su mediatización y los movimientos sociales en red

Año
2018

Autor
Soto, Leandro

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Soto, L. (2018). *La muerte de Fidel Castro, su mediatización y los movimientos sociales en red*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



La muerte de Fidel Castro, su mediatización y los movimientos sociales en red.

Leandro Soto (UBA)

Resumen

Las nuevas condiciones de circulación mediática (Carlón 2016) posicionan a los usuarios de redes como productores de contenidos. Es por eso que, para el análisis del panorama comunicacional actual, resulta vital observar la producción de los discursos sostenidos en la emergencia de nuevos sujetos y prácticas sociales. En este desarrollo se focaliza en la circulación mediática luego del anuncio de la muerte de Fidel Castro el 25 de noviembre de 2016 y las producciones discursivas de los internaturas argentinos y cubanos en torno a la noticia.

Introducción

El anuncio de la muerte de Fidel Castro, genera en Cuba y en diversos países del mundo, un gran cantidad de opiniones en las redes sociales. En este sentido la crisis de los medios masivos (Carlón, 2016) y el surgimiento de un nuevo sistema de medios con base en la digitalización, afectan también a la política. El nuevo paisaje mediático permanece en continua tensión. En este sentido se observan nuevas formas de democracia (Slimovich, 2017) y de ejercer ciudadanía (Slimovich 2012; 2014; 2016). En muchos casos las redes sociales son instrumentos para la apropiación del espacio público y se convierten en zonas de tensión y disputa por los significados.

Por otra parte, se retoma la perspectiva sociosemiótica de Elíseo Verón (1984; 1987, 1998; 2013), para observar la mediatización del discurso político. En especial el anuncio llevado a cabo por Raúl Castro la noche del 25 de noviembre del 2016. En la actualidad Cuba se transformó en un terreno incipiente para el análisis sobre la expansión de Internet y el uso de las redes sociales. Si bien es evidente que dicho avance no hace sentido solamente con este país. La isla reúne diversas condiciones que la vuelven un terreno virgen al momento de observar el pasaje de los medios tradicionales a los medios con base en Internet.

En este sentido será necesario retomar diversos abordajes como el de Henry Jenkins (2006) y Carlos Scolari (2008) al respecto del uso de Internet. Perspectivas teóricas como las de Alain Touraine (1997), Manuel Castells (2012) y Malcom Gradwell (2010) al respecto del ciberactivismo y la tecnopolítica. Así como también a Oliver Fillieule y Danielle Tartakowsky (2015) en relación a la construcción del espacio público virtual.

El 25 de noviembre Raúl Castro realiza un anuncio en la Televisión Estatal de Cuba: "con profundo dolor comparezco para informar a nuestro pueblo, a los amigos de nuestra América y del mundo que hoy, 25 de noviembre del 2016 a las 22:29 horas de la noche, falleció el comandante en jefe de la Revolución cubana, Fidel Castro Rus"¹.



Recuperado de agencia Telám (26 nov 2016)

El breve discurso, construido para ser televisado por cadena nacional, es rápidamente subido por diversos canales de noticias a la red social YouTube. En su mayoría los vídeos superan las doscientas mil reproducciones y poseen cientos de comentarios. Minutos después el vídeo llega a Twitter y a otras redes sociales. En el caso de Argentina los Hashtags #FidelCastro, #Cuba y #Hastasiemprecomante permanecen como Trending Topic durante todo el día 26 de noviembre. También circulan convocatorias al Obelisco Porteño por parte de agrupaciones políticas. En Cuba #FidelCastro y #TributoaFidel permanecen activos desde que se da a conocer la noticia, hasta el final de las actividades anunciadas por el gobierno nueve días después. Los acontecimientos se informan por diversos soportes: agencias de noticias, medios y portales webs internacionales que también reproducen el anuncio en sus notas y cuentas. En el transcurso del 26 de noviembre de 2016 los principales referentes y mandatarios del mundo se hacen eco de los acontecimientos haciendo públicos sus saludos a través de sus cuentas.

En las redes circulan: imágenes y discursos históricos, recuerdos, críticas, reflexiones, fotos oficiales, vídeos y cartas abiertas. Al final del día, todo tipo de parodias sobre Fidel Castro, su llegada al paraíso y el encuentro con otros referentes.

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=2bZd7c7bmHA>

Los diferentes blogs y redes sociales de disidentes del gobierno tanto en Cuba, como fuera del país, adquieren importancia. Así el Blog *14 y medio*² y la cuenta de Twitter @YoaniSánchez aumentan estrepitosamente sus visitas. Ofrecen coberturas y testimonios en tiempo real desde el momento del anuncio. Algunos de sus Tweets se comparten más de dos mil veces. Diversos medios de Argentina los emplean en sus notas tanto en la web como en la edición papel publicando *screenshots* de las cuentas.

Los eventos multitudinarios, el cortejo fúnebre y los diversos homenajes pueden ser vistos en vivo por el portal CubaTV³ que ofrece compartir el link desde su página web a las redes sociales. Como parte de su transmisión actualiza la información sobre el estado de sus cuentas y opiniones de los usuarios. Se expanden coberturas de usuarios "amateurs" vía Periscope, que en muchos casos son tomadas por agencias de noticias.

Posteriormente la actividad en las redes sociales retorna en Cuba con el Hashtags #YoSoyFidel el 2 de enero para un nuevo aniversario de la Revolución. La muerte de Fidel Castro se traduce en extensos focos de debate y discusión en las redes sociales. Así es posible observar un fenómeno en el que diversos usuarios emplean las redes sociales desatando grandes corrientes de circulación mediática, formas de interacción y modos de horizontalidad y ascenso.

Redes sociales y participación política

En primer lugar, es preciso tener en cuenta tres factores centrales (Carlón, 2016) en el análisis de la comunicación contemporánea: la crisis de los medios masivos, la emergencia de un nuevo sistema de mediatización (con base en la digitalización) y la emergencia de nuevos sujetos y prácticas sociales.

En términos del desarrollo teórico de Mario Carlón, en el panorama actual los usuarios se posicionan como productores de contenidos. Es decir que "los internautas disponen muchas de sus prácticas sociales en función de sus propios medios de comunicación" (Carlón, 2016, P 45). Es necesario observar a las redes como una zona de producción de sentido en continua tensión. El uso de las redes sociales como nuevas formas de participación política, se relaciona estrechamente con las posibilidades de acceso a la información. Incluso con nuevas formas de ciudadanía y ejercicio democrático (Slimovich, 2017).

² <https://www.14ymedio.com/>

³ <http://www.tvcubana.icrt.cu/cubatv>

En diversas partes del mundo grandes movimientos sociales se aglutinan en las calles en torno al uso de Internet. Son inmediatos, multiformes, colaborativos y en apariencia sin líderes (Castells, 2012). Gran parte de los mismos se traducen en reivindicaciones que logran perdurar, mutar o incluso extinguirse con inmediatez.

Todos los sentidos que adoptan los movimientos en red deben ser tenidos en cuenta en el terreno complejo de las redes sociales y la política. Según el abordaje realizado por Verón (1984; 1987) en la sociedad mediatizada los medios masivos poseen capacidad para construir acontecimientos.

Los conflictos, las tensiones, los procesos políticos son pensados y se estructuran en relación directa con la existencia de los mismos. En la actualidad, la crisis de los medios masivos y el surgimiento de un nuevo sistema mediático produce un tipo de circulación más compleja y dinámica. De esta manera las actuales sociedades hipermediatizadas, se encuentran en una nueva fase en la historia de la mediatización ya que el sistema de medios masivos convive con un nuevo sistema de medios en Internet. En este contexto se produce el ascenso del rol de los sujetos (Carlón, 2012), es decir que sus producciones discursivas logran alcanzar el espacio público por medio de las redes sociales. Es un cambio que se debe en primer lugar al hecho de que los sujetos pasaron de estar en reconocimiento (frente a los discursos de los medios masivos) a estar tanto en reconocimiento como en producción (P 7).

Siguiendo a Carlón en el contexto de una sociedad hipermediatizada los sentidos de la comunicación serán pensados en múltiples direcciones: descendente , que se desarrolla desde los dispositivos socio-institucionales a los colectivos de actores individuales (Verón, 2013) y otras dos direcciones comunicativas necesarias para completar el modelo de comunicación contemporánea: la ascendente (que emerge “desde abajo” - botton up) y la horizontal (que se establece en intercambios entre pares). Desde ésta perspectiva se busca observar el proceso de circulación hipermediática bajo las nuevas condiciones de circulación discursiva.

Luego del anuncio televisivo de la muerte de Fidel Castro. Los sujetos generaron desde sus cuentas en redes sociales contenidos en base a la noticia. En este sentido es que "en la sociedad hipermediática los dos sistemas están en permanente relación y cada punto de contacto entre ellos establece una relación intermediática que desencadena un proceso de incremento de la complejidad" (Carlón, 2016, P 19).

La trasmisión televisiva por el canal estatal CubaTv insta a los internautas a interactuar por medio de sus redes sociales. Se evidencia mucho del estatuto de las actuales

trasmisiones televisivas. En este sentido es posible observar un discurso convergente en el que se encuentran dos discursividades, las que provienen de los medios masivos y aquellas que provienen de los medios digitales. Los medios de comunicación, y en la actualidad aquellos con base en Internet, ocupan un espacio central en torno a los acontecimientos sociales y políticos. En este sentido son los usuarios quienes pueden producir contenidos mientras suceden los hechos.

Scolari construye una oposición "entre las formas de comunicación digital y la tradicional comunicación de masas" (Scolari, 2008, P 45). Los sujetos deben adaptarse a los procesos tecnológicos en el pasaje hacia las "hipermediaciones". Los contenidos mediáticos circulan y son los usuarios quienes mediante formas activas de participación vuelven "difusas" las divisiones entre productores y consumidores. En este contexto ocurre un proceso de convergencia mediática, tal como refiere Jenkins (2006), la misma se da en término de múltiples plataformas, la cooperación entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias.

En términos de Verón (2008) la problemática al respecto de la mediatización de la política puede ser observada desde las formas de emisión y como se configuran "nudos complejos". Basados en el entrecruzamiento de estrategias vinculadas al dispositivo de cada institución mediática y al posicionamiento específico en el campo de los medios (Verón, 2008, P 223). Es decir que para observar la circulación de los mensajes y el lugar de los usuarios se deben tener en cuenta también las posibilidades y restricciones inherentes a cada dispositivo mediático.

Recapitulando se evidencia un punto de quiebre, en parte sostenido por la crisis de los medios tradicionales y el avance de un nuevo sistema de medios con base en Internet. Desde aquí se debe tener presente que cada uno de los sistemas posee puntos de contacto que vuelven más complejo el panorama mediático y la circulación de los mensajes. Los usuarios devenidos también en productores de contenidos son centrales en el análisis con relación a la participación política.

En su desarrollo teórico Slimovich (2012; 2014; 2016; 2017) da cuenta de las perspectivas necesarias para el análisis de la relación entre la política contemporánea y las redes sociales. Ocurre un doble anclaje, los hechos de trascendencia política y social, producen efectos en lo mediático y formas de circulación. Por otra parte, las lógicas de lo mediático intervienen afectando las formas de lo político. En este contexto se observan los modos en que operan diversas *microargumentaciones multimediáticas* (Slimovich, 2016b). Es decir argumentaciones lógicas en forma de brevedades que atraviesan distintos medios. En este sentido este tipo de argumentaciones digitales están vinculadas al

proceso contemporáneo de mediatización de la política y afectan a la gran mayoría de los discursos políticos en las redes sociales. Se trata de microargumentaciones que están pildorizadas (se encuentran condensadas) y cierran su sentido de modo convergente.

Continuando con el abordaje de la autora se evidencian los nuevos tipos de relaciones entre los colectivos de ciudadanos: usuarios de redes y movimientos sociales en torno al uso de Hashtags. Al respecto Slimovich (2017) sostiene que "el análisis hipermediático del proceso de digitalización de la política esto es, de la circulación de los discursos políticos en las redes sociales y en los medios masivos aporta indicios para determinar los cambios en las formas de la democracia" (P 26).

Es decir se plantean nuevas formas de lo político, sostenidas por producciones de sentido que se generan en las redes sociales. Surgen entonces modos de reacción frente a la institución política, convocatorias a ocupar el espacio público y diversas formas de ciberactivismo y ciberprotesta.

Las redes sociales permiten a los usuarios formas de producción y formas de acción, lo que en términos de Fernández (2008): "megustear, compartir, favear, conectar, seguir, aceptar, entre otras, son acciones que realiza el individuo, no sólo emisiones o recepciones discursivas"(P4). Sobre esta base se traducen formas de participar en los acontecimientos políticos que suponen un usuario activo.

En este sentido se da paso a las "prácticas tecnopolíticas" (Toret y Serrano 2013), es decir una masa crítica de sujetos que en forma de multitud conectada, extiende tácticas y estrategias de comunicación, organización y acción colectiva mediadas por la tecnología. Desde este punto es posible romper con todo desarrollo teórico, que posicione a un sujeto como un mero espectador frente a la pantalla. Si bien pueden existir formas de dominación o de orientar la agenda mediática, es necesario observar que los usuarios son activos frente a las redes. Sobre todo cuando las mismas están en relación con la política. Por su parte André Belanger (1998) sostiene que la mediatización de la política implica "formas específicas de apariencia y lugares propios del conflicto"(P 150). Es decir que se constituyen formas del decir y de construir lo dicho en torno a las producciones de sentido.

La relación del discurso y el cuerpo político con los nuevos medios configura un tipo de interacción sin intermediarios. Generando "nuevos vínculos entre representantes-representados" (Slimovich, 2012, P1). Se trata entonces de nuevas formas de participación que, de algún modo, alteran y corren los límites del paisaje mediático contemporáneo y con ello de la participación política.

Movimientos sociales hipermediáticos

Tal como refiere Slimovich (2018) los medios masivos de comunicación y los que poseen base en Internet constituyen el espacio de la política contemporánea (P 159). Siguiendo esta afirmación es necesario evidenciar que este hecho se enmarca no solamente en la incorporación de los políticos a las lógicas de Internet, sino en un nuevo tipo de sociedad que Carlón (2015) define como hipermediatizada contemporánea. La misma inaugura una nueva fase en la historia de la mediatización, sostenida en el ascenso del rol de los sujetos (Carlón, 2012), pues las producciones discursivas de los mismos logran alcanzar el espacio público por medio de las redes sociales.

Por otra parte tiene lugar la emergencia de un nuevo sistema mediático basado en las redes sociales y los dispositivos móviles (Carlón 2016). Con la digitalización de la política se ha producido un ensanchamiento del espacio público (Slimovich y Lay, 2018, P 2). En la actualidad se constituyen en torno a las redes sociales diversas producciones y discursos ciudadanos. De esta forma pueden articularse en "reacción a una decisión gubernamental de la institución política" (Slimovich, 2017a, P 29). Del mismo modo hay movimientos sociales que están asentados en las redes sociales y tienden a traducir sus demandas al espacio urbano (Castells, 2012) a favor o en contra de políticas oficiales. En este sentido tal como refiere Slimovich y Lay (2018) en las redes sociales mediáticas el público replicante no solo lo integran las personas que militan o pertenecen a los partidos políticos, sino que se han sumado distintos tipos de enunciadores políticos y, a la vez, se han generado nuevos tipos de discursos y de practicas políticas digitales (P 3).

Las redes sociales son medios convergentes y además de permitir enunciaciones *broadcast* (uno a muchos) y de 'arriba a bajo' permiten, a diferencia de los masivos, que desde 'abajo' se puedan hacer circular discursos por espacios públicos (Carlón, 2016b, P 7). En este sentido es que pueden explicarse gran parte de los movimientos que desde las redes sociales ocupan el espacio público con sus demandas y reivindicaciones. Así es que las redes sociales se evidencian como fuentes de construcción de poder (Castells, 2009). Sin embargo no todo se limita al espacio de las redes. Siguiendo a Carlón (2016) y el modelo de la circulación contemporánea, ocurren puntos de contacto entre los medios tradicionales y los nuevos medios con base en Internet. Con ello el ciudadano actual, en su doble condición de sujeto sociopolítico y, a la vez, sujeto mediático (Carlón, 2012a), esta inmerso en un contexto de continuos cambios.

Mediatización de la política

Siguiendo el abordaje de Verón (1984), es posible dar cuenta de una diferenciación entre las sociedades mediáticas (modernas), es decir aquellas donde los medios se instalan, representan y son el reflejo de esa sociedad y el medio por el cual se comunican. Por otra parte, una sociedad en vías de mediatización (postmodernas) que se estructura en relación directa con la existencia de los medios. Es decir que las instituciones, las prácticas, las diversas tensiones sociales, los procesos electorarios se piensan y planifican en función de los mismos.

En este sentido el autor advierte que una campaña electoral no es un proceso ajeno, en tanto tal, a los medios y que los medios se limitarían a reflejar, a reproducir, mejor o peor: una campaña electoral está cada vez mas pensada, organizada, dosificada, en función de la televisión (Verón, 2001, P 15). En este sentido con el pasaje de las sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas hay una cantidad cada vez mayor de soportes tecnológicos puestos a disposición de los usuarios. Es por eso que se generan nuevas formas de discursividad. En términos del semiólogo este pasaje expresa en realidad la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social (Verón, 1991, P224).

Resulta necesario en este punto remarcar que siguiendo el desarrollo teórico, la televisión es fundamental en el proceso de mediatización de las sociedades industriales. Fueron los medios de comunicación los que transformaron a las sociedades industriales en sociedades de consumo. Aquí es precisamente donde se sitúa el papel histórico de la televisión, actor "civilizador" por excelencia en ese proceso (Verón, 1995, P 228). En este sentido el autor despliega parte de su teoría en base al análisis de los medios tradicionales. Evidenciando además que "la televisión para el gran público" posee en las sociedades industriales dos ejes centrales: la información como el género principal y el directo como su modalidad discursiva básica.

En este contexto durante la década de 1980 se acelera la mediatización de lo político y es la televisión la que constituye el principal soporte de este proceso. En este punto intervienen no solo la evolución de las comunicaciones sino diversos factores como la crisis de legitimidad política. Cabe destacar sobre este último punto que en términos del autor, es la política la que pierde terreno en relación con los medios, tratando de lograr el dominio de los medios a toda costa, los políticos perdieron el dominio de su propia esfera (Verón, 1995, P 230).

La muerte de Fidel Castro: #YoSoyFidel

En este punto se pretende abordar el proceso de circulación hipermediático (Carlón 2015), en este sentido se emplea como discurso de origen el anuncio oficial de la muerte de Fidel Castro. Luego se indagan los movimientos comunicacionales que se dieron con posterioridad a dicho discurso. Para observar cómo se articularon los diversos grupos de usuarios de redes sociales en torno a la noticia.

Por esta razón es necesario graficar la circulación. Se establece una línea de tiempo desde el inicio de los acontecimientos, ya que solo a partir de la misma se puede rastrear el estatuto del enunciador y la dirección comunicacional del caso que se analiza (Carlón, 2016). En segundo lugar se establecen las fases de la circulación, cada una de ellas representa un cambio de escala en la mediatización (Carlón, 2016) y, generalmente, un cambio en la escala comunicacional. El discurso político, representado en éste análisis por el anuncio de Raúl Castro, genera discursos posteriores tanto en los medios masivos tradicionales, como en las redes sociales donde convive con el discurso de los ciudadanos.

Recapitulando en el tiempo, desde que el diario Granma publica en febrero de 2008, la renuncia indeclinable a la presidencia por parte Fidel Castro. Es posible observar diversos focos de opinión en las redes sociales en torno a las especulaciones sobre su salud y su posible muerte. En este contexto el anuncio oficial, encarnado por el propio Raúl Castro el día 25 de noviembre del 2016, pone fin a los rumores e inicia una serie que se prolonga durante los días posteriores. Para desarrollar el análisis del caso se emplean herramientas que provienen de la sociosemiótica (Carlón y Scolari, 2009), de la teoría de la mediatización veroniana (Verón 1987, 1997, 1998) y el modelo analítico de la circulación contemporánea (Carlón 2014, 2015). El análisis del caso tiene su inicio el día 25 de noviembre de 2016 con el discurso televisado por el canal Estatal de Cuba y finaliza el día 4 de diciembre cuando disminuye la intensidad pública de los acontecimientos. Durante éste periodo se generan diversos movimientos que ocupan el espacio público. En el caso argentino, algunos de ellos fueron convocatorias por parte de agrupaciones políticas. En el caso de Cuba las redes sociales no sólo son espacio para homenajes o críticas para cubanos que viven fuera o dentro del país. Sino que sirven para que los usuarios, con acceso a la red, puedan seguir los acontecimientos en vivo. En muchos casos para compartir y opinar mientras suceden las convocatorias tanto en la Plaza de la Revolución, como en el transcurso del cortejo fúnebre.

Modelo de la circulación hipermediática contemporánea

Continuando con el modelo analítico propuesto por Carlón (2015) es posible advertir que el inicio del modelo de la circulación se sitúa, tal como se puede observar en el gráfico 1, la noche del día viernes 25 de noviembre. Cuando el presidente Raúl Castro anuncia la muerte de Fidel Castro (D). El discurso es emitido por el Canal Estatal de Cuba.

Sostenido en la teoría de la sociosemiótica Veroniana, el discurso posee condiciones previas P (D), ya que existen otros discursos emitidos por cadena nacional. Del mismo modo el anuncio (D) posee discursos en reconocimiento R (D) evidenciando la circulación. La difusión del discurso genera replicas tanto en otros medios masivos como en medios con base en Internet.

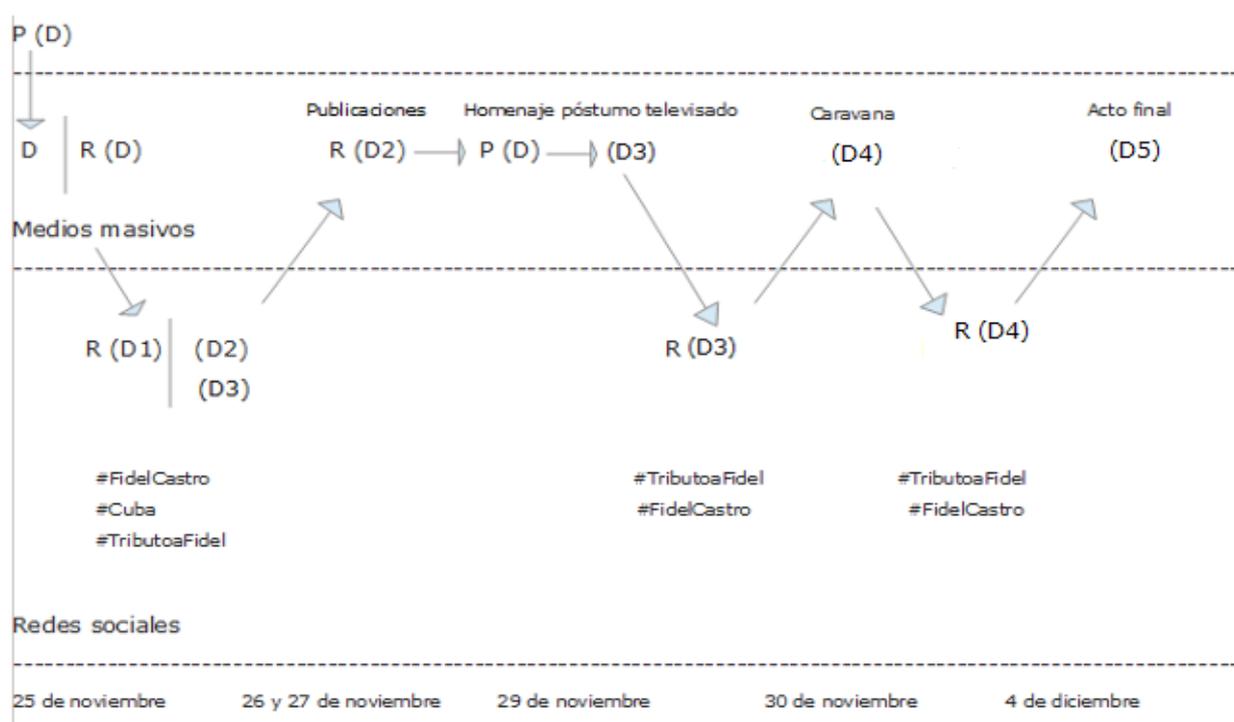


Gráfico 1. Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015)

Fase 1

El discurso replicado en las redes sociales se articula en un conjunto de producciones discursivas, en donde los usuarios emplean los Hashtags #FidelCastro y #Cuba y #FidelCastro y #TributoaFidel D2 (ver gráfico 1).

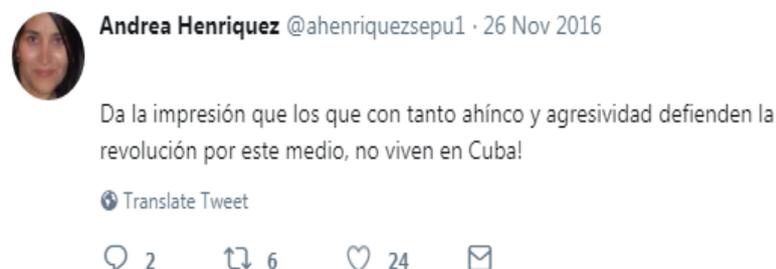
Cuba:



Recuperado de @Yoanisanchez (25 Nov 2016)

En Cuba los usuarios se articulan en el inicio en torno a la búsqueda de confirmación de la noticia. Luego en quienes defienden o no la revolución y entre quienes opinan viviendo dentro o fuera del país.

Cuba:



Recuperado de @ahenriquezsepu1 (26 Nov 2016)

En el caso argentino los hashtags también se emplean para convocatorias al Obelisco Porteño. Durante el día 26 de noviembre #FidelCastro es Trending Topic mundial.

Argentina:



Recuperado de @EIPayanes (26 Nov 2016)

Fase 2

Durante el 26 y 27 de noviembre de 2016 una serie de usuarios residentes en Cuba y exiliados se articulan en torno a la "falta muerte" de Fidel Castro y a la celebración de "la muerte del dictador" D3 (ver gráfico 1), versiones que es posible articular con discursos en las redes sociales que provienen desde al año 2011.

Cuba:



Recuperado de @Elienny (26 de Nov 2016)

Los medios masivos de Argentina, gráficos y televisivos, reproducen en diversas ediciones el discurso de Raúl Castro. En muchos casos se publican Screenshots en la edición papel de las cuentas de líderes de opinión y mandatarios R D2 (ver gráfico 1) .

Con posterioridad al anuncio, en Cuba se decretan nueve días de duelo y los restos de Fidel Castro son depositados en el Ministerio de las Fuerzas Armadas Revolucionarias.

Fase 3

El día 29 de noviembre se lleva a cabo en la Plaza de la Revolución el homenaje póstumo. Se trasmite en vivo durante más de cuatro horas ininterrumpidas los discursos de diversos líderes y jefes de estado D3 (ver gráfico 1). Se reactivan los Hashtags #FidelCastro y #TributoaFidel R (D3). El día 30 de noviembre se inicia una caravana de 1000 kilómetros hacia la zona oriente de cuba. La misma es televisada en directo D4 (ver gráfico 1). A su paso es saludada por ciudadanos de las diversas regiones y se reproduce por el canal de Youtube de CubaTv que posee links hacia todas sus redes sociales. Al conjunto de discursos producidos por los internautas durante el transcurso de la caravana se lo indica cómo R D4 (ver gráfico 1).

CubaTV:



Recuperado de la transmisión en vivo (30 Nov 2016)

Fase 4

El cortejo fúnebre llega a Santiago de Cuba el día 3 de diciembre del 2016. La ceremonia final es el día posterior, donde se realiza un nuevo acto televisado en el canal estatal D5 (gráfico 2).

Corresponsal de TeleSur en Cuba:



Recuperado de @rolandoteleSUR (3 Dic 2016)

Con posterioridad los medios gráficos argentinos reproducen la llegada del cortejo fúnebre R D5 (ver gráfico 2) . Luego la actividad pública de los acontecimientos se reduce.

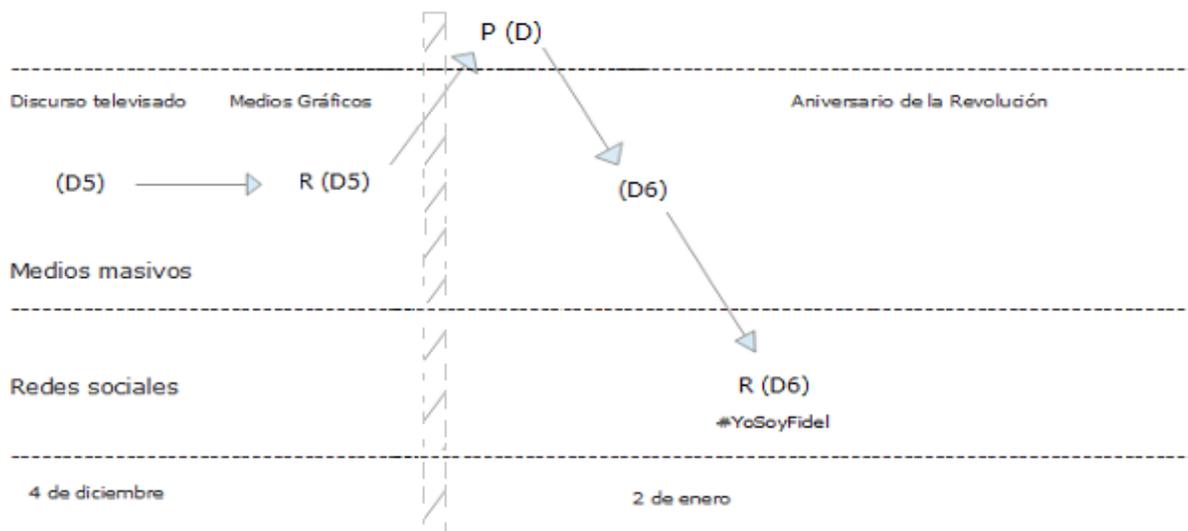


Gráfico 2. Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015)

Fase 5

El día 2 de enero de 2017 se celebra el aniversario de la Revolución Cubana con el "Desfile militar y marcha del pueblo combatiente". El mismo es transmitido por CubaTv D6 (ver gráfico 2). En las redes se dan replicas de los acontecimientos recordando no sólo el aniversario de la revolución sino la muerte de Fidel Castro. Es decir el mismo conglomerado, se reagrupa en torno a otra motivación. Construyendo series dentro de un mismo acontecimiento englobante. La actividad pública se retoma con el uso del Hashtags #YoSoyFidel R (D6) (ver gráfico 2) y se reduce totalmente.

Cuba:



rsperez @rsperez20161 · 2 ene. 2017

#Cuba Hoy la Patria nos contempla orgullosa, Viva Fidel , Raúl y este Pueblo Invencible. #CubaESNuestra #YoSoyFidel #FatCuba



↻ 114

♥ 31



Recuperado de @rsperez20161 (2 Ene 2017)

El modo en que los usuarios se agrupan

Retomando a Verón (1987) los colectivos de identificación se conforman marcados por el "nosotros" en el plano enunciativo. Constituyendo entidades enumerables que permiten la fragmentación y la cuantificación. Al tratarse del campo discursivo de lo político el análisis de los diversos discursos, entendidos en este caso como la producción que los sujetos llevan adelante en tanto usuarios de las redes, implicarán un adversario.

Bajo esta premisa se producen conglomerados de usuarios en torno a un acontecimiento. Luego del anuncio de la muerte de Fidel Castro se dan diversas formaciones. Las mismas pueden incluso dar cuenta en la operacionalización de otros fenómenos de trascendencia en las redes.

En términos de Castells (2012) , los movimientos sociales son movimientos emocionales. En este sentido el poder de convocatoria de un hecho social relevante, no depende solamente de un líder. De hecho, en muchos casos la heterogeneidad impide hacer visible

los liderazgos o incluso prescinde de ellos. "Para que se forme un movimiento social, la

activación emocional de los sujetos debe conectar con otros individuos" (P31).

Cuando muchos sujetos compartan un sentimiento, estarán dispuestos a transformarlo en acción. En el contexto de las sociedades hipermediáticas contemporáneas se produce el ascenso de los sujetos (Carlón, 2012). En este sentido si bien las redes sociales pueden poseer contenidos que provengan de la espectacularización y el entretenimiento, las mismas son fuente de construcción de poder (Castells, 2009). Es posible referir a prácticas sociales expansivas. Es decir a nuevos tipos de prácticas sociales de los sujetos internautas, producto del nuevo sistema mediático y de las interacciones entre los medios.

Argentina:



Recuperado de @villaseninlucas (29 Nov 2016)

En este sentido es que es los usuarios traducen las demandas de las redes sociales al espacio público real. Luego del anuncio de la muerte de Fidel Castro, especialmente durante el día 29 de noviembre una serie de usuarios se articularon en torno ocupar el Obelisco Porteño como forma de homenaje.

Los movimientos sociales en red, luchan, debaten, evolucionan y al final pueden desvanecerse de su forma, como ha sucedido con todos los movimientos sociales de la historia (Castells, 2012). En este sentido el "cibermilitante" o "ciberactivista" (Fanlo, 2012) se constituye como un nuevo tipo de militante político que acota sus producciones al campo de las redes. La reacción de los "ciberciudadanos" se crea en muchos casos en torno a demandas políticas y tal como refiere Verón (2013) en torno a la construcción de colectivos, es decir un conjunto de individuos aglutinados frente a un centro de interés. Por su parte Carlón (2015, 2016) sostiene que los individuos intervienen desde las redes sociales y construyen colectivos que provienen de las mismas .

Es por eso que la conformación de comunidades en las redes sociales, a través del uso

de Hashtags, también puede ser acompañada en el espacio público (Slimovich, 2017). Cuando las comunidades poseen un alto nivel de especificidad, como los colectivos en torno a la muerte de Fidel Castro. O debido a su permanencia en el tiempo, tienden a agotarse. Los conglomerados de usuarios pierden entidad y se extinguen.

El día 4 de diciembre de 2016 en Argentina disminuye la intensidad pública de los acontecimientos y se reduce el movimiento. En ese caso Fidel Castro desaparece del trending topic y entran en vigencia nuevos Hashtags, pero en puestos inferiores.

#PorsiempreFidel puesto 218

#	Trending Topic	Duración
218	#PorSiempreFidel	01:45
92	Raúl Castro	04:05

Recuperado de Twitter trending topics Argentina

Empleando el modelo analítico de la circulación hipermediática (Carlón, 2012) es posible evidenciar como los conglomerados de usuarios tienen la posibilidad de resurgir y mutar.

Observaciones finales

Los avances producidos en este desarrollo permiten abordar un caso de circulación hipermediática y observar el modo en que se articulan los usuarios en base a una noticia política trascendente. Por medio de las redes sociales los sujetos logran encausar extensos focos de debate y llegar a los medios masivos, se agrupan mediante el uso de Hashtags y traducen sus convocatorias de las redes al espacio público real.

En base al análisis es posible evidenciar los nuevos tipos de relaciones entre los colectivos de ciudadanos y los actores políticos. El modelo de la circulación hipermediática permite observar como luego del discurso televisado el 25 de noviembre de 2016 en el Canal Estatal de Cuba, se producen movimientos descendentes hacia las redes sociales y cambios de fase.

En una primera instancia se produce la difusión de la noticia y la búsqueda de confirmación sobre la muerte. Luego las producciones en torno a la celebración, el

recuerdo a Fidel Castro y diversas convocatorias. Con posterioridad, en una tercera fase, los homenajes póstumos. Con la llegada del cortejo fúnebre a Santiago de Cuba se produce una disminución de la visibilidad pública de los acontecimientos. Finalmente, el aniversario de la revolución el día 2 de enero de 2017 conduce a una reactivación del movimiento y el agrupamiento de los usuarios mediante el Hashtag #YoSoyFidel.

En resumen es posible evidenciar cinco fases, en las cuales se establecen cuatro descensos hacia las redes desde los medios masivos. Luego del anuncio televisivo se generaron tanto dentro como fuera de Cuba movimientos de protesta producidos desde las redes sociales.

Referencias bibliográficas

Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet.

Carlón, M. (2009). El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Carlón, M. (2016) "Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón" en E. Vizer y C. Vidales (coord.). Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional, Barcelona, Editorial Comunicación Social.

Carlón, M. (2015). Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En P. C. Castro (org.), Dicotomía público/privado: estamos no camino cierto? (pp. 211-232). Maceió, Brasil: EDUFA

Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. y Rovner, R. (2017). Documento Teórico Metodológico. Argentina: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://semioticaderedesMadrid>, España: Alianza Editorial.

Fernández, J. L. (editor) *Música en las redes. Vida musical en el post broadcasting*. Buenos Aires, La Crujía.

Fillieule, O y Tartakowsky, D. (2015). La manifestación. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI

Jenkis, H (2008) La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós Comunicación.

Slimovich, A (2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernandez de Kirchner y de Mauricio Macri. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación (pp. 127-154). Buenos Aires, Argentina, La

Crujía.

Slimovich, A (2016). La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook. Revista de Comunicación., 15 111-127. Recuperado de [http:// udep.edu.pe/comunicacion/rcom7es/articulos/2016/6_Art-127.htm](http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom7es/articulos/2016/6_Art-127.htm)

Slimovich, A. (2017) La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. Dixit, [S.I.], n. 26, p. 24-43, june 2017. Recuperado de: [https:// academia.edu/33805177/ la_ruta_digital_a_la_presidencia_argentina](https://academia.edu/33805177/la_ruta_digital_a_la_presidencia_argentina).

Slimovich, A. (2017). La reacción ciudadana en la sociedad hipermediática contemporánea. El caso de la movilización por los estudiantes mexicanos desaparecidos de Ayotzinapa. Paakat. Año 7, número 13, septiembre 2017-febrero 2018.

Recuperado

de:https://www.academia.edu/34577487/La_reacción_ciudadana_en_la_sociedad_hipermediática_contemporánea._El_caso_de_la_movilización.

Slimovich, A. (2017). Los enunciadores políticos de la protesta por el aumento de tarifas en argentina. Un análisis hipermediático de un movimiento social contemporáneo. De signos y sentidos, nº 18, p 9-33, año 2017. Recuperado de ://www.academia.edu/35684912/Los_enunciadores_politicos_de_la_protesta_por_el_aumento_de_tarifas

Slimovich, A. (2017) Discursos políticos para todos y todas. Reflexiones sobre las redes sociales del presidente argentino. Revista sociales, nº 12, p 37-48 año 2017. Recuperado de:https://www.academia.edu/34991669/Discursos_políticos_para_todos_y_todas.

Scolari, A (2008) Hipermediaciones. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.

Scolari, A 30/01/11, Cerca de la revolución las redes sociales salen a la calle. Buenos Aires. www.Hipermediaciones.com. Recuperado de [:http://Hipermediaciones.com/2011/01/30/ cerca-de-la-revolucion-las-redes-sociales-salen-a-la-calle](http://Hipermediaciones.com/2011/01/30/cerca-de-la-revolucion-las-redes-sociales-salen-a-la-calle).

Soto, L. Cerca de la revolución. Redes, movimientos y tecnopolítica. Hamartia, n 10, enero 2015. Recuperado de: <http://hamartia.com.ar/2015/01/29/cerca-de-la-revolucion/>.

Touraine, A. (2006) Los movimientos sociales. Revista Colombiana de Sociología. ISSN 0120-159X. Número 27. Año 2006. pp. 255-278

Verón, E. (1987). La semiosis social. Barcelona, España: Gedisa.

Verón, E. (1987). La palabra adversativa, Observaciones sobre la enunciación política. En El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires, Argentina: Hachette.

Verón, E. (1995). Mediatización de lo político. España: Editorial Gedisa

Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos. En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.), Comunicación y Política

(pp. 220-236). Barcelona, España: Gedisa.

Toret, J (2013). Tecropolítica y 15M, la potencia de las multitudes conectadas. Un nuevo paradigma de la política distribuida. Con licencia [Copyleft 2013 Datanalysis15M, Javier Toret, Antonio Calleja, Óscar Marín Mirón, Pablo Aragón, Miguel Aguilera y Alberto Lumbreras bajo licencia CC-by-sa. Obra de acceso abierto. España: Universitat Oberta de Catalunya.