

Hablar de política en La Red: los newsgroups políticos*

Sara Bentivegna
Facultad de Sociología
Università di Roma "La Sapienza"

Traducción de Eva Aladro

(*) Corresponde al capítulo cuarto del libro de esta misma autora: LA POLITICA IN RETE, Roma. Meltemi. 1999. Traducido con la autorización de la editorial y la propia autora.

LA RED COMO OCASIÓN PARA CONVERSAR

Entre las oportunidades que La Red ofrece se considera sin duda una de las más importantes el establecimiento de una interacción entre sus usuarios, lo que permite el intercambio de opiniones, solicitud de informaciones, ofertas de sugerencias, toma de posturas y otros muchos servicios. En síntesis, la red permite la discusión de los más diversos argumentos en un contexto que reproduce algunas de las características de la comunicación directa entre individuos aún cuando tenga lugar en un ámbito mediático. En particular, los newsgroups (*grupos de discusión o de noticias*) –que ponen en marcha una comunicación que sucede en modalidad asincrónica¹– pueden situarse, dentro de un hipotético *continuum* que abarca desde la comunicación interpersonal cara a cara a la comunicación establecida a través de los media tradicionales, en una posición intermedia que conjuga la interactividad de la primera con la amplitud y simultaneidad de la segunda. Entre las personas que participan en un newsgroup se da de hecho la interactividad, pero al mismo tiempo tal interactividad desaparece para los sujetos que se limitan a asumir un papel de espectadores. Se trata, además, de una interactividad *sui generis*, de naturaleza diversa a la que podemos encontrar en la comunicación cara a cara: en este caso, el sujeto que interactúa exhibe directa y/o indirectamente señas de identidad, mientras que en el newsgroup el anonimato o incluso la operación de *spoofing* (*alias humorístico*), oculta al sujeto a los ojos de su interlocutor. En el caso de la comunicación a través de los media tradicionales, sin embargo, el acto comunicativo es un acto público que ocurre en un espacio público, en el cual cualquiera puede participar en primera persona o mediante mecanismos de identificación².

Cualquiera que sea la modalidad de participación activada por los individuos, la red permite la creación de espacios de interacción y discusión en torno a los temas considerados de interés por aquellos que visitan los *newsgroups*. Éstos pueden abarcar desde la música a la política, del ajedrez a la astronomía: todos los temas tienen carta de naturaleza en el espacio virtual, a condición de que alguien tenga interés en ellos. Por eso los *newsgroups* se han organizado a través del envío de mensajes, originales o en respuesta, por parte de los participantes, y se articulan en *thread* (*tramas*) (conjunto de mensajes relacionados con un único tema). Todo el mundo puede participar enviando un mensaje de respuesta o proponiendo un nuevo tema de discusión en condiciones de "virtual" libertad. La existencia y supervivencia de un *newsgroup* obedece exclusivamente a las intenciones de los participantes que pueden, en caso de que hallen la discusión poco interesante, proponer un tema alternativo o bien abandonar el grupo de discusión. La metáfora del cóctel propuesta por Jones (1995:vii-viii) pinta con gran claridad la situación: "su versión electrónica es una red de ordenadores con gran libertad de acción, en la que existen muchas habitaciones y muchas personas. En algunas habitaciones hay un baile de máscaras, en el que la identidad de las personas es desconocida y cambia con frecuencia. En otras estancias hay discusiones serias, juegos, encuentros ocasionales, relaciones de larga duración. Las puertas de esas estancias están en su mayoría abiertas". Entrar en ellas o no depende de cada uno y de sus intereses personales.

A la luz del crecimiento de los *newsgroups* registrado en los últimos años³, podemos deducir que la oferta existente satisface las numerosas y diversificadas exigencias de los navegantes. En términos generales, el éxito de los *newsgroups* existentes ha sido explicado con las siguientes razones (James et al., 1995):

- amplitud de las audiencias
- velocidad en el envío y recepción de los mensajes
- facilidad para el envío de los mensajes
- número de temas
- economía del servicio

Teóricamente, la audiencia coincide con la población entera conectada en Internet y abonada al servicio que acoge al *newsgroup*. Dicha audiencia puede, por tanto, ampliarse mediante la propuesta de nuevos temas de discusión –para atraer a nuevos participantes– o bien a través de la creación de otros grupos. La facilidad, la velocidad y el carácter económico del envío de los mensajes hacen aún más "atractiva" la participación y contribuyen a ampliar el número de las personas involucradas. Además, se ha señalado que la "red ofrece virtualmente una total libertad de expresión y a pesar de la existencia de limitaciones concretas en cuanto a lo que un individuo puede leer o escribir, no existen, al menos en principio, aquellas reglas de exclusividad que gobiernan las reuniones colectivas, según las cuales el uso de la palabra está limitado por convenciones debidas al hecho de que no puede hablar más de uno a la vez. Todo el mundo tiene a su disposición la palestra durante las veinticuatro horas al día." (Benson, 1996:363).

Además de estos elementos relacionados con la modalidad organizativa y de acceso de los *newsgroups*, se ha señalado la particularidad del doble papel que juegan los participantes: éstos son, de hecho, emisores y destinatarios al mismo tiempo. Son emisores cuando expiden mensajes de respuesta a otros o cuando activan un nuevo *thread*, y son destinatarios cuando leen los mensajes enviados por otros⁴. En esta duplicidad de papeles queda patente el grado de actividad de las audiencias, que son uno de los elementos vitales en la vida de los *newsgroups* (Morris/Ogan, 1996). El grupo de discusión, en síntesis, existe sólo en la medida en que los participantes - en su doble papel de emisores y de receptores- quieren que exista.

El compromiso de los participantes con la vida del grupo no sólo está en la base de su existencia, sino que también es la base de su funcionamiento. En esa perspectiva hay que entender la creación de la *Netiquette*, es decir las reglas de etiqueta de la Net, que deben aplicarse y respetarse por todos los participantes en un grupo. En síntesis, todos los miembros deben respetar algunas reglas de base en la interacción con los otros, reglas articuladas en los siguientes términos:

- limitar el envío de mensajes a los grupos que se ocupan exclusivamente de determinados temas (no enviar, por tanto, mensajes de temática política a un grupo en que se discute de literatura);
- evitar el envío de mensajes publicitarios;
- evitar los ataques personales a otros participantes: el disenso es absolutamente libre pero no puede transformarse en ataques violentos a otros sujetos (tales ataques caen dentro del ámbito del flaming -o insulto- y pueden dar origen a protestas airadas por parte de los otros participantes);
- limitar el uso del crosspost (o mensajes entrecruzados entre varios grupos) a los casos únicos en que pueda ser de interés real para el mensaje.

Además de estas reglas básicas pueden estar en vigor otras dentro de cada jerarquía, o pueden existir indicaciones de comportamiento fijadas en los manifiestos de cada grupo concreto y vinculantes solamente para sus participantes. En ocasiones, pero con rara frecuencia, existe la figura del moderador (*host*) que garantiza el respeto de las reglas y "guía" la conversación, sugiriendo temas, introduciendo puntos de vista alternativos, etc. La presencia del moderador, en realidad, viola la condición de base de la participación en los *newsgroups* que establece la igualdad entre los miembros, introduciendo, por el contrario, un filtro centralizado. En la mayoría de los casos, no está prevista la figura del moderador y la elección de los argumentos y el respeto a la *Netiquette* se confían completamente a los participantes del grupo.

Más allá de las posibles diferencias que podemos encontrar entre los grupos de discusión, es importante señalar que existen unas reglas nacidas y respetadas por los integrantes de los grupos en su intento por "reglamentar" el nuevo espacio que se ha creado. En una situación de anonimato de los participantes y de virtual libertad de expresión, la introducción y el respeto de reglas que tutelén a los particulares evitando los posibles ataques personales y que reafirmen el interés compartido por un tema y no por otros, se convierte en algo fundamental para la misma supervivencia del

grupo de discusión. El interés y el respeto son, por tanto, los prerequisites de base de la participación en un grupo de discusión.

Los mismos elementos, por otra parte, contribuyen al nacimiento de las así llamadas comunidades virtuales, resultado final de los procesos de interacción que se establecen entre individuos. Tales comunidades nacen a partir de un interés común y de la exigencia de disponer de un lugar de encuentro con otras personas que tengan ese mismo interés. A veces, esas comunidades sobreviven durante años, dando lugar a las relaciones de larga duración de las que habla Jones (1995) y que pueden abocar a verdaderos encuentros *face to face*: como los encuentros anuales que se celebran en San Francisco descritos por Rheingold (1993). A menudo acusadas de sustituir la participación propia del mundo real, las comunidades virtuales –fundadas únicamente en la participación y la conversación a través de la red– permiten superar las barreras espacio-temporales y se configuran como un espacio público donde puede tener lugar el encuentro entre personas. Precisamente en virtud de esta capacidad de configurarse como un espacio público donde los ciudadanos interactúan en condiciones de igualdad, la conversación en la red ha sido considerada la versión moderna del intercambio de opiniones sobre temas de importancia pública que tenía lugar entre los ciudadanos del ágora ateniense. En síntesis, la creación autónoma de un espacio de encuentro y discusión entre ciudadanos, reglamentado por ellos mismos de acuerdo con los modos de comportamiento y las áreas de interés, sería la respuesta moderna a la progresiva desaparición de las oportunidades de debate público. Por diversas razones podría considerarse la versión tecnológica de la *civic community* de la que habla Putnam (1993), capaz de ejercer una función fundamental de apoyo al funcionamiento de los mecanismos democráticos. El análisis de los *newsgroups* que se ocupan de temática política que haremos en las páginas sucesivas ofrecerá elementos útiles para valorar la solidez de esta tesis. Por ahora, es importante señalar que, más allá de los posibles efectos sobre los procesos democráticos, la participación en grupos de discusión puede suscitar un sentido de pertenencia a una comunidad, dentro de la cual se desarrollan relaciones de amistad (Parks 1996) y se superan barreras espaciales y, en ocasiones, sociales (Schmitz, Rogers, Phillips, Paschal, 1995).

LOS “NEWSGROUPS” POLÍTICOS

La disponibilidad de un lugar abierto a todos donde todos pueden encontrarse, aún cuando sea virtualmente, para discutir temas de relevancia pública, representa sin duda una oportunidad vital para activar, o reactivar, formas de interés y de participación política. Y, de hecho, en dicho espacio los ciudadanos pueden teóricamente dejar su mero papel de espectadores de la política para tomar la palabra y manifestar posiciones y opiniones. El reconocimiento de la relevancia de estas nuevas oportunidades emerge cuando intentamos reconstruir el “mapa” de los numerosos sitios en la red donde es posible discutir sobre cuestiones políticas que han aparecido en los últimos años. A través del proveedor de la conexión a USENET Mc Link y utilizando el *newsreader* Outlook Express, se obtiene una lista de más de 231 grupos

de discusión que tratan temas de naturaleza política (cfr. Tablas 1-2). Una primera lectura de las tablas nos permite destacar que los grupos de discusión se articulan en torno a 1) política en general, 2) un concreto partido o movimiento, 3) clases de temas de naturaleza política y 4) argumentos específicos. Además, los mismos grupos, en ocasiones, reflejan una dimensión local, como en el caso del *newsgroup* *ba.politics* –relacionado con el área de San Francisco- o *ca.politics*– encuadrado en el área de California.

Tabla 1
LOS NEWSGROUPS POLÍTICOS

<i>ab.politics</i> (Alberta, Canada)	<i>it.politica.lega-nord</i> (Italia)	<i>alt.politics.democrats</i>
<i>alabama.politics</i>	<i>it.politica.libertaria</i> (Italia)	<i>alt.politics.democrats.d</i>
<i>alt.culture.turkish.politics</i>	<i>it.politica.pds</i> (Italia)	<i>alt.politics.democrats.house</i>
<i>alt.india.progressive</i>	<i>it.politica.polo</i> (Italia)	<i>alt.politics.democrats.senate</i>
<i>aus.politics</i> (Australia)	<i>it.politica.rifondazione</i> (Italia)	<i>alt.politics.ec</i> (Comunidad Europea)
<i>ba.politics</i> (San Francisco, Bay Area)	<i>it.politica.ulivo</i> (Italia)	<i>alt.politics.election</i>
<i>bc.politics</i> (British Columbia, Canada)	<i>it.reticiviche.bologna.politica</i> (Italia)	<i>alt.politics.elections</i>
<i>be.politics</i> (Belgio)	<i>maus.politik</i> (creado por MausNet)	<i>alt.politics.europe</i>
<i>bit.listserv.politics</i> (originado por BIT- NET)	<i>mex.politica</i> (México)	<i>alt.politics.europe.misc</i>
<i>bln.politik</i> (Berlin)	<i>nj.politics</i> (Newjersey, USA)	<i>alt.politics.india</i>
<i>brasil.politics</i>	<i>nl.politiek</i> (Holanda)	<i>alt.politics.india.comunist</i>
<i>ca.politics</i> (California)	<i>no.prat.politikk</i> (Noruega)	<i>alt.politics.india.progressive</i>
<i>can.politics</i> (Canada)	<i>nordunet.talk.politics</i>	<i>alt.politics.italy</i>
<i>chile.soc.politica</i>	<i>ny.politics</i> (Estado de New York, USA)	<i>alt.politics.liberalism</i>
<i>d.gruppen.pds</i> (CL-Netz, Alemania)	<i>nyc.politics</i> (New York City)	<i>alt.politics.libertarian</i>
<i>d.gruppen.spd</i> (Alemania)	<i>nz.pobtics</i> (Nueva Zelanda)	<i>alt.politics.nationalism</i>
<i>clari.canada.politics</i> (Clarinet News Serv.)	<i>or.politics</i> (Oregon, USA)	<i>alt.politics.nationalism.black</i>
<i>clari.news.politics</i>	<i>pa.politics</i> (Pennsylvania, USA)	<i>alt.politics.nationalism.white</i>
<i>clari.usa.gov.politics</i>	<i>pl.soc.polityka</i> (Polonia)	<i>alt.politics.org.un</i>
<i>clari.web.usa.politics</i>	<i>pl.soc.politica</i> (Portugal)	<i>alt.politics.perot</i>
<i>dds.pohतिक</i> (Dutch Freenet language gr.)	<i>qc.politique</i> (Quebec)	<i>alt.politics.radical-left</i>
<i>de.org.politik</i> (grupo en lengua alemana)	<i>relcom.politics</i>	<i>alt.politics.socialism</i>
<i>de.org.politik.misc</i> (grupo en lengua al.)	<i>seattle.politics</i> (Seattle, USA)	<i>alt.politics.socialism.mao</i>
<i>de.org.politik.spd</i> (grupo en lengua al.)	<i>sfnnet.keskustelu.pohтика</i> (Finlandia)	<i>alt.politics.socialism.trosky</i>
<i>de.soc.pohतिक</i> (grupo en lengua al.)	<i>soc.culture.pakistan.politics</i>	<i>alt.politics.usa</i>
<i>de.soc.pohतिक.deutschland</i> (lengua al.)	<i>swnet.politik</i> (Suecia)	<i>alt.politics.usa.constitution</i>
<i>de.soc.pohतिक.europa</i> (lengua alemana)	<i>tw.bbs.soc.politics</i> (Taiwan)	<i>alt.politics.usa.misc</i>
<i>de.soc.politik.international</i> (lengua al.)	<i>tw.bbs.soc.politics.np</i> (Taiwan)	<i>alt.politics.usa.republican</i>
<i>de.soc.politik.misc</i> (lengua al.)	<i>tx.politics</i> (Texas, USA)	<i>alt.politics.vietnamese</i>
<i>de.soc.politik.moderieri</i> (lengua alemana)	<i>tx.politics.republic</i> (Texas, USA)	<i>alt.politics.world</i>
<i>dk.politik</i> (Dinamarca)	<i>ucb.politics</i> (Universidad de Berkeley)	<i>alt.politics.world.federalism</i>
<i>dk.politik.ungdom</i> (Dinamarca)	<i>uk.politics</i> (Reino unido)	<i>alt.politics.youth</i>
<i>es.charla.politica</i> (España)	<i>uk.politics.constitution</i> (Reino Unido)	<i>talk.politics</i>
<i>es.talk.politica</i>	<i>uk.politics.electoral</i> (Reino Unido)	<i>talk.politics.china</i>
<i>eunet.politics</i> (Networks europeas)	<i>uk.politics.mise</i> (Reino Unido)	<i>talk.politics.european-union</i>
<i>fido.ger.pohतिक</i> (creados por Fidonet)	<i>uk.politics.parliament</i> (Reino Unido)	<i>talk.politics.extremism</i>
<i>fido.politics</i>	<i>ukr.politics</i> (Ucrania)	<i>talk.politics.libertarian</i>
<i>fido.politik.ger</i>	<i>us.politics</i> (USA)	<i>talk.politics.local</i>
<i>fi.soc.politics</i> (Japón)	<i>wash.politics</i> (Washington, USA)	<i>talk.politics.mideast</i>
<i>fl.politics</i> (Florida)	<i>za.politics</i> (Sud Africa y otros países afr.)	<i>tal.politics.misc</i>
<i>fr.soc.politique</i> (francés)	<i>zer.z-netz.forum.diskussion.politik</i>	<i>talk.politics.natl-socialism</i>
<i>hawaii.politics</i>	<i>zer.z-netz.pohतिक</i>	<i>talk.politics.soviet</i>
<i>hk.politics</i> (Hong Kong)	<i>z-netz.forum.diskussion.politik</i>	<i>talk.politics.tibet</i>
<i>hun.politika</i> (Hungria)	<i>alt.politics</i> (grupos 'alt' de USENET)	<i>soc.politics</i>
<i>it.politica</i> (Italia)	<i>alt.politics.british</i>	<i>soc.politics.anti-fascism</i>
<i>it.politica.cattolici</i> (Italia)	<i>alt.politics.bush</i>	<i>soc.politics.marxism</i>
<i>it.politica.destra</i> (Italia)	<i>alt.politics.clinton</i>	

En conjunto los 231 newsgroups analizados nos permiten observar intereses diversificados en los usuarios, al respecto de la dimensión política. Tal diversificación no se agota con las diferencias en la localización geográfica de los temas de interés (como se advierte en el caso de los grupos de discusión de la ciudad de Nueva York, Seattle, etc), ni las que se derivan del área política de referencia, sino que también presenta posibles diferenciaciones ulteriores: al grupo alt.politics.nationalism.black le contesta en la red el grupo alt.politics.nationalism.white, y el grupo alt.politics.socialism.mao aparece alineado con el grupo alt.politics.socialism.trosky. Precisamente porque los newsgroups nacen de las exigencias de los ciudadanos para afrontar determinados asuntos –y mueren cuando tal exigencia decrece– un panorama así de amplio de grupos da fe de la gran vitalidad y del número suficientemente amplio de sujetos interesados en cuestiones políticas.

Tabla 2
NEWSGROUPS DE TEMAS POLÍTICOS

<p>Aborto:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.abortion alt.abortion.inequity alt.flame.abortion alt.support.abortion talk.abortion us.politics.abortion 	<p>Censura:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.censorship alt.censorship.canada alt.censorship.canada.dumb aus.censorship chile.soc.censura fj.soc.internet.censorship it.discussioni.censura uk.politics.censorship 	<ul style="list-style-type: none"> hmet.racism it.discussioni.pena-di-morte soc.rights soc.rights.human talk.euthanasia talk.politics.peace
<p>Medio Ambiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.earth alt.earth.crisis alt.earth-summit alt.org.earth-first alt.politics.greens alt.save.the.earth chile.soc.ecologia it-reticiviche.bologna.ambiente misc.activism.environment talk.politics.animal tw.bbs.soc.green-earth uk.politics.environment 	<p>Derechos humanos y civiles:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.activism.death-penalty alt.activism.children alt.activism.youth-rights alt.discrimination alt.freedom alt.freedom.of alt.freedom.of.information alt.freedom.of.information.act alt.mens-rights alt.non.racism alt.org.food-not-bombs alt.org.homes-not-jail alt.politics.equality alt.poverty alt.prisoner.rights alt.society.civil-liberties alt.society.civil-liberty alt.support.childfree bln.politik.rassismus clari.news.conflict.peace-talks clari.news.issues.civil-rights fj.soc.human-rights fj.soc.war-and-peace 	<p>Inmigración:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.politics.immigration misc.immigration misc.immigration.australia misc.immigration.canada misc.immigration.europe misc.immigration.illegal-aliens misc.immigration.misc misc.immigration.usa tal.politics.immigration <p>Estupefacientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.hemp.politics clari.news.law.drugs talk.politics.drugs uk.politics.drugs
<p>Armas:</p> <ul style="list-style-type: none"> info.firearms.politics talk.politics.guns uk.politics.guns 		<p>Otros temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.politics.datahighway alt.politics.drinking-age alt.politics.economics alt.politics.homosexuality alt.politics.libertarian.gay alt.politics.white-power alt.society.anarchy clari.news.terrorism talk.politics.crypto talk.politics.internet talk.politics.taxation
<p>Activismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> alt.activism alt.politics.reform alt.society.homeless misc.activism misc.activism.anti-fascism misc.activism.anti-fascism.taotics miscactivisme.progressive 		

La constante expansión del fenómeno de los grupos de discusión en todos los países y en relación a los más diversos argumentos está en la base de diversas tesis que intentan aislar las características de los grupos y sus finalidades. Hill y Hughes (1997), por ejemplo, han avanzado la hipótesis de que los grupos de discusión pueden considerarse el equivalente de los grupos políticos para alcanzar los siguientes objetivos: discusión política, defensa de la ideología propia, reclutamiento de otros sujetos y ampliación de la dimensión del grupo. Para probar dicha hipótesis los investigadores han analizado 5.611 mensajes enviados a 22 grupos en un período de diez semanas, obteniendo datos que apoyan la idea de que los grupos activan mecanismos de inclusión o de exclusión propios de los grupos políticos. De signo opuesto es, en cambio, la tesis ofrecida por otros expertos: Benson (1996), Boncheck (1997) y Bentivegna (1998) subrayan el rasgo típico de heterogeneidad de los newsgroups y el elevado grado de apertura a los individuos interesados en la discusión. Hacker, Howl, Scott y Steiner, a partir de los datos recogidos con ocasión de la campaña presidencial de 1992 de los mensajes enviados a los grupos de discusión en torno a los tres candidatos, sostienen que "los electores usan la *Computer Mediated Communication* (comunicación mediada por ordenador) para expresar opiniones, obtener informaciones y entretenerse (...) existen después otros usos importantes como discutir la decisión de voto, difundir información, ofrecer indicaciones, enfrentarse a los opiniones de los electores de los otros candidatos" (1996:144). Se trata de actividades todas que ciertamente no pueden coincidir con las características atribuidas a los grupos políticos y localizadas en la red por Hill y Hughes (1997).

La diversidad de los grupos analizados, y mucho menos el particular momento en el que se efectuaron las observaciones, no nos permiten alcanzar un resultado seguro. Ahora bien, el análisis desarrollado de algunos *newsgroups* políticos italianos, del cual hablaremos en el siguiente epígrafe, conjuntamente con la enfatización del elemento de apertura que caracteriza a la comunicación en la red, nos hacen sostener que es posible reproponer los rasgos típicos de los grupos políticos dentro de los grupos de discusión, aunque tal reconceptualización no sea un resultado obvio. La misma multiplicación de los grupos podría, teóricamente, ser la respuesta de los navegantes a una eventual estructuración del grupo en términos de rigidez. En síntesis, no se excluye la idea de que los grupos puedan estructurarse de tal modo que constituyan réplicas de las modalidades de interacción y de las finalidades propias de los grupos que actúan en la realidad política; en ese caso, dichos grupos no son otra cosa que oportunidades para los militantes o para los que apoyan a un grupo político de intercambiar ideas y opiniones dentro de un espacio bien delimitado. Es también posible, empero, que en el *ciberespacio* se puedan encontrar opiniones distintas con las cuales poder discutir sobre los temas de interés común.

LAS DISCUSIONES SOBRE POLÍTICA

La documentación de la existencia de un número tan considerable de grupos que discuten acerca de política, poco o nada dice sobre las modalidades reales de funcionamiento de los grupos y sobre las razones que mueven a los sujetos a participar en

ellos. Para poder contar con indicaciones al respecto de estos aspectos, en septiembre de 1997 se analizaron los mensajes que circularon entre los grupos de discusión política *it.politica.pds*, *it.politica.ulivo*, *it.politica.polo*, *it.politica.destra*, activados por Italia On Line. Los cuatro grupos analizados, además de hacer referencia a áreas políticas diversas, presentan también organizaciones diversas: el *newsgroup* de *it.politica.destra* tiene, de hecho, una figura de moderador, que no aparece en cambio en los otros grupos.

Con el fin de estudiar las discusiones reales mantenidas en el interior de los grupos de discusión, se analizaron 783 mensajes, de los cuales 250 iban dirigidos a *it.politica.pds*, 118 a *it.politica.ulivo*, 248 a *it.politica.polo*, y 67 para *it.politica.destra*. El número tan reducido de los mensajes dirigidos al grupo de derechas es probablemente consecuencia de la operación de selección del moderador, que impide que se verifique la práctica del *crosspost*, es decir el envío de un mensaje a más de un grupo. Aunque se considera una violación de la *Nettiquette* o etiqueta en la red, la práctica del *crosspost* está bastante difundida entre los grupos italianos, y por determinadas razones puede considerarse un indicador del interés hacia ciertos temas, más allá de la frecuentación de un único grupo. Temas de interés general como los de naturaleza política pueden a menudo atraer intereses e intervenciones que prescinden de los límites de un grupo concreto y más aún, encuentran su alimento en la confrontación con otros individuos de posiciones o visiones del mundo opuestas. Un buen ejemplo es el número significativamente elevado de mensajes enviados simultáneamente a los grupos *politica.polo* y *politica.pds*: más de 87 casos, es decir cerca de la mitad de los mensajes son *crossposted*.

Tabla 3
EL "CROSSPOST" EN LOS MENSAJES

	PDS	Olivo	Derecha	Polo
Más de un grupo	56,0	60,1	4,5	48,3
Un solo grupo	46,0	39,9	95,5	51,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Si la presencia de mensajes enviados a más de un grupo puede considerarse un indicador "indirecto" de la vivacidad de la discusión, un indicador directo es el tipo de mensajes presentes: si son originales o respuestas a otras intervenciones. Un elevado número de mensajes originales testimonia la dificultad de hallar temas comunes de interés capaces de activar la discusión. Esa situación puede considerarse la equivalente a la que se verifica cuando en un grupo de individuos una pregunta, una toma de postura o una propuesta de tema de conversación no encuentran respuesta. Al contrario, un número elevado de respuestas nos indica un fuerte interés por el tema objeto de discusión, respecto al cual todos desean intervenir. La mayor parte de los

mensajes analizados viene constituida, en un porcentaje del 68,6, por respuestas. Si desagregamos este dato de acuerdo con los diferentes grupos, veremos en realidad cómo existen significativas diferencias: por un lado, está el grupo de la derecha que registra el porcentaje del 34,3 % de respuestas; por otro lado, aparecen los grupos de PDS y del Polo que respectivamente obtienen el 73,2% y el 66,7% de respuestas entre sus mensajes. En una posición intermedia se coloca el grupo del olivo con un porcentaje del 54,3%. El número decididamente restringido del grupo de la derecha podría ser un indicador de la existencia de una dificultad real para encontrar temas comunes de discusión. Tal dificultad, sin embargo, podría justificarse por la presencia del moderador que, si por un lado garantiza el respeto a la *Netiquette*, por otro resta potencia a la discusión hasta el punto de empobrecerla. Con los datos disponibles, no es posible sostener ninguna de estas dos lecturas; en todo caso, la presencia del moderador en un contexto comunicativo donde todos los sujetos contribuyen en la misma medida a dar vida al producto comunicativo, asumiendo papeles de emisor y de receptor, puede considerarse contraproducente si no perjudicial.

El número de mensajes enviados por los individuos permite aislar un rasgo distintivo más de los *newsgroups*: un número elevado de mensajes enviados por una minoría de personas indica una especie de monopolización de la discusión tal, que impide la entrada de nuevos participantes, mientras que un número limitado de mensajes atestigua un buen nivel de interacción y la apertura a todos los sujetos interesados. Contrariamente al estereotipo difundido según el cual los *newsgroups* están basados en pocos individuos que envían una gran cantidad de mensajes, los datos prueban cómo la mayoría de los sujetos envían un solo mensaje, igual que indica la investigación de Roberts y Owen (1997) sobre el contenido de las conversaciones entre los miembros del *Electronic Bulletin Board Discussion* de America Online con motivo de los debates entre los candidatos a la presidencia de los Estados Unidos. La presencia de personas que envían numerosos mensajes (en el caso específico 5 y más) no supera en los cuatro grupos en total la suma de un 14 % y no parece comprometer de hecho la "apertura" del grupo a todos aquellos interesados.

Tabla 4
NÚMERO DE MENSAJES ENVIADOS POR LOS PARTICIPANTES

	PDS	Olivo	Derecha	Polo
Un mensaje	58,7	64,8	60,6	65,2
Dos mensajes	15,6	15,4	12,2	13,4
Tres mensajes	6,2	9,9	15,1	4,3
Cuatro mensajes	6,2	3,3	3,0	3,2
Más de cuatro	13,3	6,6	9,1	13,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Un último dato relativo a la organización y al seguimiento de la discusión se refiere a la caracterización del mensaje, es decir a su contribución al desarrollo de la conversación. En síntesis, se trata de aislar las razones que han movido a la persona para intervenir. Para registrar tales razones, se han aislado 13 categorías que van de la oferta de información a la toma de posición, de la demanda de información a la contestación a otras intervenciones u opiniones.

Tabla 5

	PDS	Olivo	Derecha	Polo	Total
Solicitud de información	2,4	6,8	1,5	3,5	3,4
Oferta de información	5,2	7,6	16,5	6,3	7,0
Toma de postura	23,6	17,8	31,8	34,3	28,2
Contestación de otras posturas	34,0	21,2	17,9	24,4	26,5
Demanda de opinión	0,8	0,8	2,9	1,4	1,5
Demanda de apoyo	7,2	8,4	14,9	4,6	6,8
Experiencia personal	0,4	1,7	5,9	2,5	2,0
Información sobre oferta en red	6,4	10,2	4,6	2,1	4,8
Flaming	10,0	12,5	—	10,0	9,6
Redistribución de las noticias	2,0	4,3	—	1,7	2,0
Humor	4,0	2,5	1,5	4,3	3,7
Metacomunicación	1,6	1,7	1,5	2,1	1,8
No codificable	2,4	4,3	—	2,8	2,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Lo que con mayor frecuencia motiva la intervención de los individuos es la toma de postura acerca de un tema del que se está discutiendo (28,2%), así como la contestación de las opiniones ajenas (26,5%). Menos frecuentes desde luego aparecen los objetivos de atacar personalmente a los otros interlocutores (*Flaming*, 9,6%), ofrecer información (7%) y buscar apoyo a iniciativas (6,8%). Estos datos difieren significativamente de los recopilados por Hacker, Howl, Scott y Steiner (1996) en el análisis de los debates entre ciudadanos durante la campaña presidencial de 1992. En aquel caso, de hecho, los mensajes iban destinados a ilustrar las tomas de postura (42,9%), en medida significativamente superior a la registrada aquí, y a hacer referencia a las experiencias personales (15,4%) y ofrecer información (9,3%). Más brevemente, el clima completo de la discusión parecía ser pacífico y tranquilo, dominado por el deseo de dar a conocer las opiniones propias, las experiencias personales y de socializar las informaciones que se poseen. En el caso de las discusiones activadas en los grupos italianos, en cambio, el clima parece marcado por una cierta tendencia a la "riña" que desemboca, en ocasiones, en los insultos personales.

El análisis detallado del dato relativo al objetivo del mensaje en los grupos concretos analizados hace emerger significativas diferencias. Los mensajes enviados al grupo del PDS tienen el principal objetivo de contestar las opiniones y puntos de vista ajenos y sólo en un segundo lugar pretenden comunicar una toma de posición. Por el contrario, los mensajes enviados al grupo del Polo pretenden en primer lugar comunicar tomas de postura y, en medida decisivamente más reducida, contestar las opiniones ajenas. Respecto a las otras categorías, ambos grupos no muestran diferencias importantes, confirmando así la existencia de una fuerte semejanza en la organización de los debates. Siembre basados en la contestación de posiciones ajenas resultan ser los mensajes enviados al grupo del Olivo, que exhibe un desarrollo similar al del PDS, con la excepción del elevado número de mensajes que pretenden insultar a los interlocutores. Finalmente, los mensajes enviados al grupo de la Derecha pretenden sobre todo manifestar tomas de postura, contestar puntos de vista ajenos, distribuir información y solicitar apoyo a iniciativas. A pesar de las diferencias señaladas, el tono prevaleciente en las discusiones parece estar fundado en el respeto al interlocutor -sólo rara vez insultado o convertido en objeto de ataques- y sobre el deseo de participar en la discusión en curso, demandando y ofreciendo informaciones o solicitando opiniones. Los sujetos que participan en los *newsgroups* políticos muestran la misma motivación principal debida a la exigencia de "comunicarse con los otros en la sociedad" (Garramone, Harris, Anderson 1986), que los participantes estadounidenses en grupos de discusión política. Movidos por dicha exigencia, no solamente hablan de política sino que ofrecen y demandan información sobre el funcionamiento del grupo, solicitando el respeto a las reglas para desarrollar la discusión, y reflexionando sobre el funcionamiento del grupo mismo.

De los datos hasta aquí analizados, los *newsgroups* que debaten sobre política en Italia parecen caracterizarse por una fuerte "vivacidad" en la discusión, que encuentra sus indicadores en:

- la práctica difundida del *crossposting* entre grupos;
- el elevado número de respuestas dentro de un *thread*;
- el grado de "apertura" de la conversación;
- la abierta contestación a las opiniones y posiciones ajenas;

En síntesis, la oportunidad de hablar de política es disfrutada a fondo por las personas que frecuentan los *newsgroups*, por lo menos a nivel de organización y de gestión, dando vida a un producto comunicativo diferenciado y complejo. Respecto, finalmente, a los temas tratados por los grupos, que van desde el problema de la secesión sacado a colación por la Liga Norte a las cuestiones morales, resultan ser fruto de la oferta mediática que establece la agenda con algunos temas. Por otro lado, en un trabajo desarrollado por Gamson (1992) sobre los recursos de las personas para hablar de política, ya se había establecido cómo el discurso de los media, la experiencia personal y la sabiduría popular son los más frecuentes. En la selección de los temas de discusión presentes en los grupos analizados, los individuos parecen recurrir principalmente a los proporcionados por los medios, mientras la experiencia

personal y la sabiduría popular no contribuyen en medida significativa a la selección de los temas, aunque sí puedan contribuir a la articulación de la discusión.

EL PERFIL DE LOS PARTICIPANTES EN LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

Un último elemento fundamental relativo a la naturaleza de los grupos de discusión y su eventual contribución a la creación de un lugar abierto a todos donde encarar cuestiones de importancia pública, tiene que ver con las características de los sujetos que participan en ellos. ¿Quiénes son los sujetos que discuten sobre política en la red? ¿Qué relación mantienen con el sistema político? ¿Cuáles son las razones que les mueven a intervenir en un grupo de discusión?

Se trata de preguntas de crucial importancia que, según las respuestas obtenidas, nos permiten configurar el foro virtual donde las personas se reúnen para discutir, en términos profundamente diversos. Si, de hecho, predominase la presencia de personas que ya mantienen una relación directa e intensa con los diferentes actores de la política, el ciberespacio puede transformarse en una especie de prolongación de las viejas secciones de partido dentro de las cuales se discutía sobre política y de las que se formaba parte para activar relaciones (de colaboración o de conflicto) con otros individuos. En ese caso, los newsgroups no serían otra cosa que una nueva oportunidad tecnológica para restablecer las relaciones únicamente de "afinidad" dentro de un grupo, reforzando la ideología y movilizando el reclutamiento de otros individuos. En síntesis, estaríamos frente a un sujeto público en los términos determinados por Hill y Hughes (1996). Pero si, en cambio, prevaleciera la presencia de sujetos conscientes de la relevancia de la dimensión política, pero ajenos a su articulación concreta, el foro virtual asumiría los rasgos de una verdadera y propia oportunidad de encuentro y de confrontación con otras personas portadoras del mismo interés. En este caso, los *newsgroups* representarían una oportunidad real para dar voz a individuos interesados en política pero privados de otras posibilidades de expresión de su posición.

Se trata, evidentemente, de dos escenarios que nos remiten a dos interpretaciones diferentes de las potencialidades de la red: una de ellas le reconoce un carácter adicional, cuando se la considera una oportunidad añadida para activar los contactos entre individuos ya involucrados en la vida política; la otra le atribuye un carácter innovador, cuando se considera a la red una oportunidad nueva para tomar la palabra y expresar opiniones sobre las cuestiones centrales del debate público.

En ausencia de una literatura científica consolidada sobre el asunto, -la cual por encima de todo debería ofrecer datos empíricos- resulta particularmente difícil definir a los grupos de discusión en términos de recurso comunicativo adicional o recurso "nuevo". Sin embargo, disponemos de algunos datos válidos para aislar algunas líneas de fondo, que apoyan en parte la lectura que ve la participación en los grupos de discusión como recurso adicional para sujetos ya involucrados de algún modo en la vida política. En tal sentido van los datos recogidos por Fiore (1999) sobre una pequeña muestra (100) de participantes en *newsgroups* políticos italianos. Aunque es

un número particularmente exiguo de individuos entrevistados, emergen interesantes indicaciones sobre las características de los usuarios que participan en las discusiones políticas.

En primer lugar, son datos que apoyan la idea de una fuerte y difundida capacidad de estos individuos para acceder a la completa oferta multimediática. Éste es un dato coherente con los proporcionados por otras investigaciones sobre usuarios de la red en otros países (Pew Research Center 1996, Times Mirror Center For The People & The Press, 1995) que define muy nítidamente el perfil de los navegantes.

Tabla 6
EL CONSUMO DE INFORMACIÓN DE LOS PARTICIPANTES
EN GRUPOS DE DISCUSIÓN

Siguen el Telediario

Varias veces al día	50
Todos los días	37.2
1 a 3 veces por semana	3.9
4 a 6 veces por semana	5.9
1 a 3 veces al mes	1
nunca	2

Leen un periódico:

Todos los días	69
1 a 3 veces por semana	18
1 a 3 veces al mes	6
nunca	7

Fuente: Fiore (1999)

Por otro lado, éste es un dato que no resulta coherente sólo con los proporcionados por otras investigaciones sino también con cuanto resulta del análisis del contenido de las discusiones *on line* que son, en su mayoría, reelaboraciones de los temas ofrecidos por el sistema tradicional de los media. Que los participantes en los *newsgroups* son consumidores intensos de información puede considerarse un dato definitivamente consolidado.

Los mismos individuos, además de exhibir un elevado consumo de información, se caracterizan por dimensiones específicas de participación política en medida claramente superior respecto a la población en conjunto. Asumiendo como referencia los

datos proporcionados por el ISTAT sobre el grado de participación de los ciudadanos en la vida política italiana, se hace patente que los participantes en los *newsgroups* políticos exhiben valores más altos en las tres dimensiones consideradas: a saber, en la comunicación –entendida por el ISTAT como el área en la que recaen actividades como “hablar de política” o “seguir retransmisiones políticas por la televisión”–; la participación –entendida como la frecuentación de asambleas, reuniones públicas, reuniones de partido–; y el activismo –entendido como el desempeño de actividades gratuitas a favor de un sujeto político–.

Tabla 7
LAS ACTIVIDADES POLÍTICAS DE LOS PARTICIPANTES
EN LOS NEWSGROUPS FRENTE A LAS DEL RESTO DE LA POBLACIÓN

	Usuarios de newsgroups	Población italiana
Comunicación	86.3	87.5
Participación	29.4	11.7
Activismo	45.1	1.5

(Fuente: Fiore, 1999; ISTAT, 1997)

De la lectura de la tabla emerge la idea de que los sujetos que frecuentan los *newsgroups* discuten sobre política en medida significativamente más alta que el resto de los ciudadanos italianos; la diferencia entre ambos grupos llega hasta el 19%. Es éste, en cualquier caso, un dato que se limita a confirmar las razones de base de la participación en un grupo de discusión política: la exigencia de discutir con otras personas cuestiones de interés público. Diferente es el caso, en cambio, de las otras dos dimensiones estudiadas: en los datos relativos a la participación –más del doble entre los participantes en *newsgroups*– como en los relativos al activismo –que registra una diferencia en torno al 40%– aparece un más profundo compromiso con la vida política del país. En síntesis, las personas que toman parte en grupos de discusión “usan” el foro virtual para ampliar las ocasiones de participación, ya de por sí numerosas en ellos, en la vida política.

En cualquier caso, las personas participan en los grupos de discusión sobre todo para satisfacer necesidades expresivas más que para “convencer” o “reclutar” a otros sujetos: las motivaciones para participar, más frecuentemente citadas, son de hecho “para expresar mi opinión sobre cuestiones determinadas” (26,1%), “para confrontar mi posición con la de los otros” (25,2%) y “para saber qué piensan los otros” (20,4%). A pesar de que estamos frente a una exigencia de satisfacción de necesidades expresivas, en la valoración conjunta de los *newsgroups* políticos aparece una cierta insatisfacción respecto a la dificultad para llevar a cabo iniciativas concretas (10,4%), que nos confirma la voluntad de algunas personas de transformar los grupos de discusión en grupos de actividad política.

En definitiva, los navegantes que participan en los *newsgroups* políticos exhiben rasgos tales que configuran las discusiones en el *ciberespacio* como un recurso comunicativo adicional que se añade a los otros preexistentes. En cualquier caso, y ante esta caracterización, no parece enteramente correcto adoptar el esquema interpretativo propuesto por Hill y Hughes (1996) que asimila los grupos de discusión a los grupos políticos. Y ello porque el grado de apertura de las conversaciones sostenidas y la participación –aunque sea relativa– de los individuos privados, en contactos directos e intensos con la vida política, nos impide que podamos llegar a la estructuración del grupo en términos de sujeto político. A pesar de ello, la discusión en torno a cuestiones políticas que tiene lugar en el foro virtual sigue siendo una oportunidad destinada a ser disfrutada por sujetos con características notablemente diferentes a las de los que hallamos en la población en su totalidad.

¿UNA NUEVA ESFERA PÚBLICA?

La posibilidad de asimilar el nuevo espacio comunicativo ofrecido por la Red a la tradicional esfera pública resulta, al término del análisis de los *newsgroups* políticos y de las características de sus participantes, más problemática que cuanto parecía inicialmente. De hecho existen elementos que apoyarían tal asimilación, pero al mismo tiempo existen otros que sugieren que se trata en cambio de una “esfera pública parcial” (McChesney 1996).

Entre los primeros rasgos, se subraya cómo en el foro virtual todos los individuos tienen carta de ciudadanía para intervenir, para expresar opiniones y puntos de vista a partir de su propia experiencia personal del mundo que les circunda. Una experiencia compleja que deriva de cuanto las personas viven en primera persona y también de cuanto perciben a través de la relación con los media, que ofrecen temas de discusión y claves de lectura. La titularidad por parte de todas las personas para intervenir en virtud del simple interés compartido por la discusión de ciertos temas se basa en la ausencia de posiciones predominantes dictadas por la competencia o los conocimientos de alguien ajeno a los otros participantes. Cuando tal cosa sucede, como en el caso de los grupos organizados por un moderador que detenta el poder de seleccionar las intervenciones o de perfilar los temas, el nivel conjunto de la discusión se resiente incluso hasta agotarse completamente. En los grupos de discusión basados en la participación paritaria de los miembros, lo que legitima la intervención y participación es exclusivamente el interés por comunicar el punto de vista propio. Algunos estudiosos mantienen que en el ámbito de los *newsgroups* “la división entre esfera pública-política y esfera personal-privada parece desdibujarse” y que “en los grupos en los que los temas varían de la literatura victoriana a Star Trek o a la reforma del Estado del Bienestar, los participantes se involucran de forma muy similar a como lo harían en un debate público. A diferencia de otros foros públicos dominados por la retórica convencional del debate público, los puntos de vista específicos declarados en los mensajes derivan su autoridad de la experiencia personal de los sujetos” (Knapp, 1996:183).

Parecería de este modo que, además de permitir el reconocimiento del derecho de todo el mundo a intervenir exclusivamente por compartir un interés por el asunto, al situar a los ciudadanos en condiciones de interactuar "como iguales entre iguales", los newsgroups permiten la construcción de un debate público. Ello porque las discusiones que tienen lugar dentro de los grupos de discusión, aunque hipotéticamente ocurren entre pocos individuos, revisten un carácter público puesto que son accesibles a todas las personas que posean un ordenador y que estén abonados al servicio comercial que da cobijo al grupo. El mensaje enviado a un grupo de discusión puede considerarse el equivalente a un mensaje que tiene como receptores a todas las personas que en un específico momento puedan estar conectadas con el emisor que lo está difundiendo. Las dimensiones de la audiencia se identifican potencialmente con las del medio que difunde el mensaje y son desconocidas no solamente para quien envía el mensaje sino también para las personas que lo reciben y lo leen. De hecho, la audiencia de un *newsgroup* no se identifica con las personas que participan en la discusión sino que comprende también a todos aquellos individuos que se limitan a leer el mensaje sin intervenir jamás. Esta dimensión pública impide que se pueda llegar a un enfrentamiento en la comunicación cara a cara. Además, la condición de anonimato, la ausencia de una ubicación espacial y geográfica y tampoco social, por parte de los individuos, hacen que el producto comunicativo sea significativamente distinto al construido en el curso de una interacción personal. Esto no sólo es válido para la práctica del *flaming*, más problemática en las relaciones personales, sino también para tener la oportunidad de expresar las opiniones propias: tras la pantalla del anonimato puede ser más fácil expresar opiniones percibidas como minoritarias.

Finalmente, de la comunidad virtual creada por los participantes en un grupo de discusión se han subrayado semejanzas notables con las comunidades entendidas en sentido tradicional: en aquella, de hecho, se reconocen las capacidades para crear relaciones interpersonales entre sus miembros (Parks, 1996), para formar grupos sociales cohesionados (Hill, Hughes, 1997), para facilitar "la comunidad de un discurso entre los individuos que de otro modo no tendrían jamás la posibilidad de interactuar" (Schmitz, Rogers, Phillips, Paschal, 1995). En síntesis, la existencia de tales comunidades es una contribución importante a la vida democrática de un país en tanto éstas ponen en contacto a personas con experiencias y visiones del mundo profundamente diversas y permiten la discusión pública en torno a los temas percibidos como relevantes.

La igualdad entre los miembros, la titularidad para intervenir derivada del simple interés por el tema, el carácter público, la amplitud de las audiencias y la mayor libertad de expresión son elementos todos que parecen connotar la idea de que los grupos de discusión creados en el *ciberespacio* son la versión moderna del concepto de esfera pública elaborado por Habermas. Así como sostiene Golding (1997), el hecho de que haya ciudadanos interesados en hablar dentro de ellos de política, puede considerarse signo "de algo vagamente definible como esfera pública".

A pesar de la presencia de tales elementos, el espacio público de discusión creado en el *ciberespacio* parece de todos modos caracterizarse en términos de una "esfera

pública parcial". (McChesney, 1996), disponible y accesible para un número limitado de ciudadanos. Ciudadanos que, no solamente están capacitados para usar las nuevas tecnologías de la comunicación, sino que al mismo tiempo están ya en parte inmersos en actividades conexas a la política. La diferenciación entre los *haves* y los *have nots* (los que "tienen" y los que "no tienen"), ya señalada en general respecto a la *Computer Mediated Communication* (comunicación mediada por ordenador) (Graber 1996; Corrado, Firestone, 1996), adquiere una dimensión más honda relativa a la existencia de una relación directa y preexistente con el mundo político. Los datos relativos a las características de los participantes en grupos de discusión, en tanto referidos a una muestra limitada, nos indican un perfil de individuo que exhibe niveles de compromiso político —en términos de participación y de activismo— atípicos y minoritarios en la población en su conjunto. Ciertamente existe también una cuota de individuos que participa en los grupos sin tener relación con la vida política y que participa en ellos en virtud del simple interés por las cuestiones situadas en el centro del debate público. De cualquier modo, tal cuota parece seguir siendo minoritaria respecto a la representada por los sujetos más cercanos a la vida política. Por tal razón, parece más correcto aceptar la limitación introducida y subrayada por McChesney (1996), incluso aunque se pueda compartir el tibio reconocimiento expresado por Golding (1997) sobre la existencia de un interés en hablar de política manifestado por algunas personas. En el presente, en cualquier caso, la esfera pública creada en el ciberespacio sólo lo es para algunas personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Benson, T. W. (1996) "Rethoric, Civility and Community: Political Debate on Computer Bulletin Boards", en *Communication Quarterly*, vol 44:3.

Bentivegna, S. (1998) *Talking Politics on the Net*. The Joan Shorestein Center on the Press, Politics and Public Policy. John Kennedy School of Government, Harvard University.

Boncheck, M. (1996) "From Broadcast to Netcast: The Internet and the Flow of Political Information", <http://www.ai.mit.edu/people/msb/thesis>.

Corrado, A. Firestone, C. M. (eds.) *Elections in Cyberspace. Toward a New Era in American Politics*. Washington. The Aspen Institute.

Fiore, R. (1999) "La politica e la rete. I Gruppi di discussione politica italiani". Tesis Doctoral. Facultad de Sociología, Programa de Doctorado en Ciencia de la Comunicación.

Gamson, W. A. (1992) *Talking Politics*. Cambridge. Cambridge University Press.

Garramone, G. M. / Harris, A. C. / Anderson, R. (1986) "Uses of Political Communication Bulletin Boards", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol 30.

Golding, P. (1997) "The Mass Media and the Public Sphere", comunicación en Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John Kennedy School of Government, Harvard University.

Graber, D. (1996) "Disparity Information Resources: The Widening Gap Between The Rich and Poor", comunicación presentada a la Asamblea Annual de la American Political Science Association. San Francisco.

Hacker, K. L. / Howl, L. et al. (1996) "Uses of Computer-Mediated Political Communication in the 1992 Presidential Campaign: A Content Analysis on the Bush, Clinton and Perot Computer Lists", en *Communication Research Reports*, vol. 13:2.

Hill, K. A. / Hughes, J. E. (1997) "Computer-Mediated Political Communication: The USENET and Political Communities", *Political Communication*, vol. 14:1.

James, M. / Wotring, C.E. / Forrest, E. J. (1995) "An Exploratory Study of the Perceived Benefits of Electronic Bulletin Board Use and Their Impact on Other Communication Activities". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*.

Jones, S.G. (1995) (ed.) *Cybersociety. Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks. Ca. Sage.

Kennedy, A. J. (1998) *The Internet and World Wide Web. The Rough Guide 1998*. London-New York. Rough Guides.

Knapp, J. A. (1997) "Internet Newsgroups as an Electronic Public Sphere", en Porter, D. (ed.) *Internet Culture*. New York. Routledge.

McChesney, R. W. (1996) "The Internet and U.S. Communication Policy-Making in Historical and Critical Perspective", *Journal of Communication*, vol 46.

Morris, M. / Ogan, C. (1996) "The Internet as a Mass Medium", *Journal of Communication*, vol. 46:1.

Parks, M. R. (1996) "Making Friends in the CyberSpace", *Journal of Communication*, vol. 46.1.

Pew Research Center for the People & the Press (1996) "One-in-Ten Voters Online For Campaign '96. News Attracts Most Internet Users. December. Washington. <http://www.people-press.org>

Putnam, R.D. (1993) *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton. Princeton University Press.

Rheingold, H. (1993) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, Addison-Wesley.

Roberts, S. M. / Owen, U. J. (1997) "Interpreting the Debates Online: Opinions and Perspectives of American Online Members". Comunicación presentada a la *Annual Conference of International Communication Association*. Montreal.

Schmitz, J. / Rogers, E. M. et al. (1995) "The Public Electronic Network (PEN) and the Homeless in Santa Monica", *Journal of Applied Communication Research*, nº 23.

Times Mirror Center for the People and the Press (1995) *Technology in the American Household Americans Going Online...Explosure, Growth, Uncertain Destinations*. October.

NOTAS

¹ Los newsgroups activan una comunicación que sucede en modalidad asincrónica, es decir, no en tiempo real. Las personas envían mensajes que quedan memorizados en el servidor durante un cierto período de tiempo; de este modo, las personas interesadas pueden leerlos y eventualmente responder sin depender de vínculos temporales. Los canales de cibercharla ("chat line"), por el contrario, activan una comunicación que sucede en modalidad síncrona, es decir en tiempo real. Las personas que participan en un chat están en ese mismo instante frente a la pantalla.

² En el caso del medio televisivo, por ejemplo, la identificación con el público presente en el estudio permite una participación "virtual" por parte de los telespectadores.

³ Tras consultar la Master List of Newsgroups Hierarchies en su versión del 26 de enero de 1999 podemos registrar la presencia de más de 26.000 grupos de discusión. Un intento de elaborar una lista temática de los grupos existentes -con la exclusión de los que tienen por objeto los "intereses de adultos"- está en Kennedy (1997). Las áreas de intereses individuales aparecen en la siguiente tabla.

Tabla 1
CATEGORÍAS DE LOS NEWSGROUPS

Artes y arquitectura	Cultura internacional
Libros y autores	Internet
Negocios y finanzas	Asuntos legales
Compraventa	Cine y televisión
Juegos	Música
Chistes	Misticismo y filosofía
Juegos de ordenador	Animales
Tecnología	Política y media
Jardinería y hobbies	Asesoría psicológica
Danza y teatro	Radio y tele comedias
Drogas	Religión
Educación	Ciencia
Trabajo	Espacio y alienígenas
Moda	Deportes
Alimentación	Transportes
Salud y medicina	Viajes
Historia, arqueología y antropología	

⁴ Los sujetos que se limitan a leer los mensajes sin jamás responder enviando otros han sido denominados lurkers. No disponemos de datos cuantitativos de su presencia ni de las razones de su pasividad, pero podría deparar, según Morris y Ogan (1996), los mismos problemas de inexplicabilidad del caso de las audiencias pasivas de las comedias de situación televisivas.