Las redes sociales y el 15-M en España

POR **ANA ROMERO SIRE**

Cuando Raymond Williams, uno de los más tempranos y sagaces teóricos de tecnología y la comunicación de masas, identificó la emergencia en la cultura como el proceso por el cual los fenómenos que nacen en los márgenes toman forma cuando vienen a ocupar el seno de la cultura mayoritaria, estaba reconociendo no solo un mecanismo de emancipación y movilidad social, sino también un modelo de producción del cambio.

Respecto a las redes sociales y el 15-M en España es hoy imposible aventurar un análisis que no tome en consideración estas ideas williamsianas -no sociológicas- de margen, hegemonía, cambio y emergencia. Una de las principales características de la llamada *spanish revolution*, y lo que la separa de las equivalentes revueltas mediáticas que nos precedieron meses antes en los países árabes, es precisamente su diferencia de otros momentos o movimientos históricos de las redes sociales actuales. En este artículo argumentaremos que es como manifestación de una nueva esfera y un nuevo paradigma biopolíticos dominantes como los movimientos españoles del 15-M ejercen, lideran y autodefinen la emergencia y cristalización de un cambio, no solo en el uso de las tecnologías, sino también en las nociones de lo político.

Como veremos, es sobre el tenso debate discursivo y experiencial entre la autorrepresentación político-tecnológica que el movimiento hace de sí, la vivencia efectiva y su representación externa donde se dirime la naturaleza de estos cambios. Pero es solo en el marco de una crítica radical y una visión no sociológica del movimiento donde es posible vislumbrar sus aciertos.

¿Qué no podemos decir hoy del 15-M?

Existen dos grandes dificultades a la hora de abordar el fenómeno que nos ocupa. La primera tiene que ver con su legitimidad y representatividad político-social, la segunda con su trascendencia a largo plazo.

A diferencia de los detractores del movimiento que se lamentaban del ataque que el 15-M hacía del actual modelo de representatividad política, nuestro objetivo no es preguntarnos si el movimiento fue o no representativo de esto o aquello, de tal o cual sector de la población civil,

Fundación Telefónica
Telefónica

del espectro político o del electorado (la insidiosa y belicosa pregunta por el «quiénes son, cuántos vienen y qué quieren»), ni de qué manera ello legitima o desarticula la representatividad o efectividad del movimiento. Por el contrario, lo que sí resulta necesario es explicar de qué manera algo que quizás no sea otra cosa que 'un movimiento en los márgenes' puede venir a ocupar un lugar central en la cultura como forma de productividad social, como sin duda ha conseguido al menos mediáticamente el 15-M (otra cosa son sus todavía incipientes logros como movimiento político).

Existe además el peligro de la magnificación, de sobredimensionar (o minimizar) la trascendencia y representatividad del llamado movimiento 15-M respecto al resto del tejido social, así como en lo relativo a las propias redes sociales como tecnología. De la relevancia de los medios digitales en cuanto a la organización y eclosión del movimiento 15-M en España en su forma 'presencial' actual -esto es, a través de las manifestaciones, asambleas, marchas o acampadas- hemos oído a lo largo del proceso valoraciones de signo contradictorio. Mientras *factotums* de las redes sociales como el propio Zuckerberg, dueño de Facebook, afirmaban sin complejos que la existencia de las redes ha sido del todo irrelevante para las formas de organización política que han eclosionado en las primaveras árabe y española, los especialistas locales no dejan de describir nuestro movimiento como «el resultado urbano y nacional de un proceso de maduración tecnosocial».

A nivel factual se ha explicado como la eventual toma de contacto, en las plazas de las grandes ciudades, de grupos como Democracia Real, No les votes, Juventud sin Futuro, Toma la Calle, Estado del Malestar…; pero también asociaciones de parados, internautas enfadados con la 'Ley Sinde' y la SGAE, afectados por las hipotecas o sanitarios sujetos a los nuevos recortes públicos. Grupos que ya habían tenido contacto meses antes a través de Internet y que lograron agregarse y generar 'nuevos puntos de encuentro' a través de sus propios medios alternativos (*Periodismo humano, SolTV, AgoraSol Radio*) y de nuevas plataformas digitales y canales de organización y difusión (*tomalaplaza.net, tomalosbarrios.net, bookcamp.cc, spanishrevolution.es*…) a raíz de las acampadas de Sol. No está de más señalar que muchos de los grupos organizados a través de Internet pudieron aprender en las plazas nuevas 'técnicas de organización presencial' de los más experimentados grupos antisistema -que eventualmente se les sumaron- para hacer efectiva la ocupación y acampada en el espacio físico.

En las redes (principalmente Twitter, Facebook y Tuenti), supuestamente un número desconocido de usuarios fueron tomando contacto regularmente para intercambiar información e indignaciones acerca de la realidad de nuestro país[1]. En las redes menos que en el propio correo electrónico, medio por el cual, según testimonio de los acampados, se intercambiaba y se sigue transmitiendo la información verdaderamente crítica en los momentos calientes.

No es irrelevante distinguir con qué tecnologías o prácticas exactas los medios digitales al alcance hoy de la población podrían haberse convertido aquí en herramienta revolucionaria; si estamos hablando de SMS, de *tweets*, de 'facebookeos', de correos electrónicos o de todo un poco en distintas proporciones. Con una estructura reticular -de individuo a individuo- pero también viral -mutante- las comunicaciones del 15-M oscilan entre el '*personal life flow*' y el *social broadcasting*.

Fundación Telefónica
Telefónica

Pero a falta de investigaciones serias que profundicen cuantitativa y cualitativamente en la naturaleza de estas comunicaciones, toda afirmación es meramente especulativa. Teniendo en cuenta ejemplos como el de la comunidad N-1, hay indicios suficientes para pensar que en cuanto al uso de las redes sociales comerciales (lo que ellos llaman 'el modelo 2.0 liberticida'), el 15-M español ha superado los modos convencionales de comunicación en red bordeando nuevas prácticas. Con toda seguridad, en pocos meses alguien desarrollará hermosas y matemáticas presentaciones (de colores) con nuevas técnicas de visualización de datos acerca del flujo de *twitters* en los días de la acampada, o bien *charts* de *tagging*, descarga o transferencia basados en los 4 terabytes que almacenan ya los tesoreros documentales del 15-M.

Llamada a la prudencia

Y si no son los propios activistas, posiblemente serán las grandes compañías de telecomunicaciones. Pero hasta que esto no se produzca es recomendable suma cautela en la valoración del papel de los *social media* u otras tecnologías en cuanto a la emergencia del 15-M. Datos que se nos presentan como hitos, como el alcanzar la cumbre del *Trending Topic* en Twitter o los cinco millones de visitas de *SolTV*, objetivamente no nos dicen nada. O no lo suficiente.

Si antes eran la hoz y el martillo, podríamos visualizar hoy el *mouse* y el móvil como armas revolucionarias, o la @ arroba y el # *hashtag*. Pero que estas imágenes nos generen todavía algún respingo es prueba del peligro de magnificar la importancia de las herramientas. Nos recuerda la necesidad de un lenguaje y metáforas actualizados para llegar a una adecuada representación de la verdadera potencia política y vital del movimiento 15-M, más allá de su sin duda original pero problemática autorepresentación.

Aterrados por la uniformidad de los recursos tecnológicos empleados, algunos (dentro y fuera del movimiento) atribuyen precisamente al uso de las tecnologías el color o tinte ideológico transversal y apolítico que tomó el 15-M en España. Se ha denominado a esta una Wiki-Revolución, hecha colaborativamente por unos pocos para ser compartida y consultada por muchos[2]. O bien la Revolución Naranja 2.0, nacida de «técnicas de comunicación modernas, buen diseño corporativo, [y] animación sociocultural variada»[3]. Los que ven en la apoliticidad tecnológica del movimiento menos una cualidad que un peligro, lo que pudieron comprobar es que nuestra *#spanishrevolution* estaba muy 'tecnológicamente organizada', o más bien muy organizativamente 'comunicada'.

Sin un programa, sin representantes, sin siglas… pero, eso sí, armados de ordenadores y teléfonos móviles, era «la primera vez en España que la gente se organiza[ba] sin depender de instituciones, ni de partidos, ni de sindicatos»[4]. En su lugar, «se ha multiplicado el uso político de la tecnología para extender la comunicación no como transmisión de información, sino como organización interactiva e inteligencia colectiva»[5]. O lo que es lo mismo, si el movimiento 15-M se reconocía a sí mismo como transversal, inclusivo y apolítico -sin intereses sindicales, sin representantes para la interlocución, sin grupos únicos, sin ideologías y apartidista-, lo que sí reconocía y proclamaba como político es precisamente el uso que hizo de la tecnología.

Fundación Telefónica
Telefónica

Lo que es político para el 15-M es usar y reivindicar la tecnología como arma propia y forma de organización efectiva en el seno de la democracia, al mismo nivel que lo puedan ser los sindicatos y los partidos. Nosotros somos los que nos reunimos y llamamos a la acampada, a la reflexión y el debate a través de Internet. Supone el paso de las redes blandas y dispersas a unas redes duras y organizadas bajo un fuerte principio de comunidad. Supone de ahora en adelante -tomen nota los políticos- la entrada definitiva e irreversible en nuestro país de la tecnología como hecho político, superando con creces las tibias tentativas hechas en la última década por el PP y el PSOE para insertarla discursiva o mediáticamente en sus programas electorales y de gobierno mediante un muy cuestionable I+D (consultas ciudadanas electrónicas, 'blogosfera' socialista, Ley de Economía Sostenible, IP TV del PSOE y un largo etcétera).

Y cuando digo aquí como 'hecho político' me refiero a que en el caso del 15-M el uso de la tecnología se trata de una acción y no de un hecho discursivo. Un acción acometida por ciudadanos supuestamente libres y cabales y un hecho como lo son las descargas P2P, los referéndums independentistas o las acciones terroristas, nos guste o no, con 'valor de realidad' en el mundo.

Vista la inoperancia de nuestros gobiernos para relacionarse con hechos digitales de similar envergadura pero quizás de menor corrección política (*Wikileaks*, los ataques de *Anonymous* o la realidad del mp3 y el P2P), habrá que ver de qué manera el actual sistema será capaz de generar un modo de dialogar con hechos tecnopolíticos de orden democrático y mayor calado, especialmente a la vista de las nuevas acciones digitales que se preparan de cara a las próximas elecciones generales con vistas a llevar a cabo prácticas políticas distintas en el ejercicio de una democracia digital, que ellos llaman 'real, directa y efectiva', frente a la 'democracia hueca' de los partidos con un voto cada cuatro años y una antigua ley electoral pendiente de reforma.

Como suele ocurrir, la supuesta inocencia o neutralidad política de la tecnología resulta siempre altamente sospechosa y suele encubrir un territorio fuertemente ideologizado. Cabe profundizar, en este punto, en cómo las definiciones políticas del movimiento 15-M en tanto 'grupo tecnológicamente organizado' (léase 'tecnológicamente armado u organizado mediante la tecnología para actuar políticamente de maneras declaradamente apolíticas') esconden de manera más o menos encubierta su propia ideología, una cierta ética y una cierta noción de lo político, distintas quizás de lo que desearíamos escuchar. Y con ello no me refiero a los primeros resultados de la investigación realizada por el laboratorio de la Fundación Alternativas (avanzados por el diario *Público*, el 18 de julio de 2011). Aun siendo ilustrativos en la cuanto a la supuesta y libre adscripción de los miembros del 15-M a las ideologías de izquierdas, la propia investigación y el análisis que aportan los politólogos y el laboratorio de Alternativas están altamente sesgados: por su reduccionismo en la visión de 'lo político', por una aproximación sociologista y estadística basada en un ambiguo y acaso obsoleto sistema de muestreo y por la obvia necesidad de absorber a este colectivo dentro de futuros planes electorales.

Como nos recuerda permanentemente la crítica radical, allá donde la ideología se hace más patente es precisamente en aquellos lugares en los que se pretende invisible. Como veremos

Fundación Telefónica
Telefónica

un poco más adelante, es en la 'politicidad' o 'apoliticidad' del uso que se ha hecho de la tecnología durante el 15-M donde se dirime la verdadera identidad política del movimiento.

La revolución de la @ y el #: de la autorrepresentación a la representación en el 15-M

¿Y qué papel jugaron los prescriptores tecnológicos al anunciar, predecir o explicar lo que se estaba manifestando? Lo cierto es que, en las semanas de eclosión del 15-M, tanto los medios *mainstream* como los especialistas en tecnología y cibercultura compartían la percepción, expresada con grandes aspavientos, de que el fenómeno ante el que se encontraban no se parecía a nada conocido, sin por ello resultar del todo extraño o inexplicable.

En los grandes medios de comunicación, con quienes el 15-M ha tenido una relación harto difícil, se le hacían al movimiento atribuciones identitarias equívocas (si no del todo cambiantes) en cuanto a su apariencia externa: 'los jóvenes', cuatro desharrapados, los perroflauta, los indignados de Hessel, el movimiento antisistema, los 'ni-ni', pro-abertzales, el resto del electorado, una 'nueva izquierda', 'gente como tú y como yo'… En manos de los periodistas de los medios dominantes, el 15-M se vio convertido en un morfeo camaleónico que todo lo absorbe. O no 'todo', sino precisamente aquellas referencias a movimientos y manifestaciones sociopolíticas dispersas que hasta el momento ocupaban los márgenes de la cultura. Los grupos en los márgenes agregados por el 15-M emergen para ser representativos de una nueva hegemonía, acaso de nueva clase política hegemónica, aún no identificada. Desde luego no identificada hasta entonces por los partidos políticos de una manera creíble.

En lo que, por tanto, una y otra vez se han quedado cortos los periodistas y opinadores en tecnología de nuestro país es en encontrar una adecuada representación discursiva para relatar la realidad interna o externa del movimiento. En la misma medida que en las plazas el movimiento 15-M consiguió unir lazos entre generaciones, de manera inversamente proporcional hemos experimentado en los medios de comunicación durante el 15-M una equivalente 'ruptura generacional' en cuanto al papel de los líderes tecnológicos y prescriptores de tendencias.

Quienes hablaban de poder distribuido, de comunicación en dos direcciones, de interactividad, de gestión del pro-común, de multitudes inteligentes, de *flash mobs* o de inteligencia colectiva, lo único que hacían era repetir hasta la saciedad, pero aplicado a la nueva situación generada por las acampadas, los clichés que desde hace años venimos escuchando acerca del poder de transformación tecnosocial que las redes ejercen. Los Enrique Dans o Nacho Escolar 'meaban fuera del tiesto' ('no acababan de dar en la diana'). Todo lo que tienen de agitadores políticos, les falta como teóricos y observadores tecnosociales. El 15-M no era solo eso 'tampoco'.

En efecto, como estamos viendo, no es la mera repetición de los clichés de la Red lo que verdaderamente define el 15-M como cambio emergente. Si así lo fuera, cabría preguntarse por qué con esas mismas herramientas y premisas tecnológicas otro movimiento, en otro momento -no precisa ni tan marcadamente político como el electoral- hubiera eclosionado.

Si el lenguaje tecnológico declaradamente apolítico del movimiento 15-M -que surgió en un momento tan político como el electoral- pertenece a alguna esfera, esta es la de la

Fundación Telefónica
Telefónica

propaganda. La autoproclamación ‘apolítica pero organizadamente tecnológica’ del 15-M no nos habla de otra cosa que de la diseminación hegemónica de un cierto lenguaje que la experiencia de las redes y la tecnología ha cultivado en el común de la población a lo largo de los últimos años: la traslación dominante del ‘lenguaje de Internet’ al terreno de la política (ciudadana). El movimiento de invasión colonizadora de lo político por la tecnología coincide aquí con el movimiento ascendente de la ciudadanía a la esfera de la política, normalmente fuera del alcance de los ciudadanos.

Un modelo propio y emergente de liderazgo

Frente a los líderes natos y a los líderes carismáticos -a saber, aquellos que ostentan ya desde la blogosfera un cierto liderazgo sobre los medios mainstream y ejercen sin duda un papel de *mediación* con el poder-, los representantes del 15-M intentaban encontrar y practicar en las plazas un nuevo modelo de líder que ellos llaman ‘democrático’. Se trata de un modelo de liderazgo alternativo al de los prescriptores e *influencers* -avatares del poder-, un modelo que coincide con el rechazo que el movimiento hacía de la identificación de interlocutores para el diálogo externo y cuyo papel se parece cada vez menos al del ‘representante’. El líder democrático del 15-M es aquel con capacidad de escuchar en las asambleas y transmitir hacia fuera no solo el consenso sino también el disenso. Nada que ver con los individuos armados de posiciones mediáticas privilegiadas, ni con el modelo de representación propio de los líderes sindicales o los portavoces de partidos, atados a ideologías concretas.

Es parte de la redefinición política del movimiento 15-M, inspirada por la cultura de Internet, el imaginar un modelo propio y emergente de liderazgo. Se trata de un modelo de representación y de mediación (son cosas distintas), de relación con el poder y con la masa crítica, basado en un concepto distinto de interlocución. Se basa en la agregación temporal de la representación en individuos que la ostentan puntualmente y de manera móvil, ni siquiera rotativa, y se basa en un tipo de emisión de mensajes inspirado por el poder conversacional de la Red y las asambleas.

El paradigma comunicacional son los hilos de comentarios: se genera un relato bakhtinianamente dialógico que busca recoger menos una posición estable y pactada que reflejar la inteligencia colectiva de un consenso puntualmente alcanzado que incluye siempre la disensión. En la proclamación festiva y revolucionaria del ‘quiénes somos’ como un solo ‘nosotros nos representamos a nosotros mismos’, hay una tautológica identificación del movimiento y los individuos que en él participan consigo mismos; es la reinvención de una semiótica de la representación (política) que deja cortas las especulaciones del estructuralismo moderno del siglo XX. En este nuevo universo semiopolítico forjado en Internet, la representación ya no es simbólica.

Hay una dimensión emocional, vital y experiencial del movimiento, testimoniada por todos los que en él participaron o asistieron como testigos, que difícilmente puede ser reducida a una explicación del papel de las redes y la tecnología en eclosión del movimiento. Pero esta dimensión emocional se forma y se cultiva precisamente en cuanto a la relación vital y experiencial que los participantes guardan con las redes en su vida y la manera en que este modo de relacionarse con la tecnología conforma sus ideas de lo real y del mundo, acerca de la

Fundación Telefónica
Telefónica

democracia en particular y de la política en general.

Particularmente iluminador resulta el debate y el campo 'intelectual' generados en Internet sobre la propia relación del movimiento 15-M con el libro que supuestamente se había convertido en el principal referente teórico del movimiento. Mientras los medios generalistas encontraron en *¡Indignaos!* de Stéphane Hessel el libro rojo del movimiento, el colectivo rechazaba esta atribución y ampliaba sus referencias filosóficas e intelectuales a una extensa selección electrónica de libros disponibles a través de *bookcamp* (*http://bookcamp.cc/#/lista/ultimas*) o en la propia biblioteca física de Sol. Libros entre los que se encuentran desde poesía y obras de ficción más o menos previsibles (Huxley, Brecht…) hasta ensayos recientes y menos recientes pero decididamente sofisticados: *Los orígenes del totalitarismo* de Hannah Arendt *o La tiranía de la falta de estructuras,* de Jo Freeman; *Post-it city, ciudades ocasionales, Fin de ciclo, La insurrección invisible, Algo va mal, Las prácticas literarias del conflicto, Viva el mal, viva el capital, Para acabar con los números redondos….*

Para el 15-M es un error pensar que el movimiento goza de una única y monológica guía política en un solo libro telúrico, no tecnológico y de orden analógico. De nuevo, no se trataba aquí de reivindicar solo la transversalidad apolítica de las referencias, sino 'un mundo de vida y una práctica de lectura distintas' de las de un mundo soportado únicamente por libros de papel. Como explica María PTQK (*http://ptqkblogzine.blogspot.com*), una de las más maduras formuladoras del nuevo paradigma emergente que estamos identificando, las referencias del 15-M no son exactamente los libros, sino que tienen que ver con la lectura y la vida a través de Internet, con la Red como gran libro de experiencia formativo: «Cada cual tiene su historia. La mía, en lo que al 15-M se refiere, está directamente conectada con años de vida social a través de Internet. Por vida social entiendo hacerse amigos, enamorarse, intercambiar lecturas, impresiones, canciones y cromos, crear espacio público y experimentarlo con sus límites y sus potencialidades, construir redes de afecto, abrirnos nichos de confianza, fundar familias distribuidas y solidaridades reales. Lo llaman desvirtualizarse, pero es algo más: es crecer en común, es inventarnos juntos una posibilidad de vida, es lo que en palabras de otra generación se llama haber leído los mismos libros. Que no tiene nada que ver con libros, que quede claro, aunque ayudan. Tiene que ver con el lenguaje, con el lenguaje compartido que construye un punto de vista común sobre la realidad».

___

Quisiera agradecer a Javier Catalá y a José A. Gelado su conocimiento y su experiencia compartidas para la elaboración de este artículo.

Notas

1 N-1, la 'comunidad' del movimiento fuera de redes comerciales, cuenta con 23.000 habitantes por sí sola. Véase: *https://n-1.cc*

2 Castells, M. (2009). *Comunicación y poder.* Madrid: Alianza.

3 Benjamín Balboa. En Cabal, F. (Ed.).(2011). *¡Indignados! 15M.* Madrid: Mandala Ediciones.

Fundación Telefónica
Telefónica

4 Fabio Gándara. En VV.AA. (2011). *Las voces del 15-M.* Barcelona: Los Libros del Lince.

5 Javier Toret. En VV.AA. (2011). *Las voces del 15-M*. Op. cit.

Fundación Telefónica
Telefónica