La venganza de Habermas

POR **DAVID DE UGARTE**

Hace ahora diez años, los *blogs* eran el tema recurrente de los periodistas que se aproximaban al cambio sociotecnológico impulsado por Internet. Aparecía entonces una floreciente 'blogsfera' que no solo articulaba partidarios acérrimos de opciones políticas establecidas –*pundits*– en un debate más o menos ritualizado, sino que, sobre todo, llamaba la atención por su capacidad para impulsar nuevos temas en la agenda pública. El proceso de 'agenda *setting*' se abría en una nube de redes y comunidades interconectadas y la nueva estructura de las comunicaciones -cada vez más distribuida que descentralizada- se hacía evidente.

La capacidad de los grandes grupos mediáticos y algunas grandes instituciones democráticas, como los partidos políticos o los sindicatos, se equilibraba con un creciente espacio cívico deliberativo en la Red. Habermas se veía refutado desde las pantallas. La oligarquización de la agenda y las consecuencias que predecía (el vaciamiento de la esfera pública y la feudalización del estado) parecían haber encontrado un correctivo a través de la Red.

Diez años después, aquella esperanza nos parece tan lejana como casi utópica. ¿Qué ha ocurrido en ese tiempo? Una verdadera recentralización de Internet en grandes servicios de red social (Facebook, Twitter, etc.) que ha devuelto, paradójicamente, peso a gobiernos y grandes medios; y el ascenso de una cultura ligada a ellos que prima la adhesión -el 'Me gusta', el 'fav' y el 'RT'- sobre la deliberación, confundiendo las fronteras entre entretenimiento, popularidad y vida ciudadana.

¿Herramienta para la libertad o para el control social?

Pero volvamos unos años atrás. Desde 2008, Facebook y Twitter se convierten en los niños mimados de la prensa del mundo; en parte porque dan el protagonismo a generaciones y segmentos sociales hasta entonces periféricos en su acceso a la conversación digital y en parte por el continuo *hype* mediático, sus usuarios crecen exponencialmente. En mitad de la fiebre, el Departamento de Estado recomienda a los disidentes iraníes que los utilicen para coordinar sus protestas en lugar de los *blogs*, que en aquel momento eran el verdadero tejido social de la oposición. Los ciberactivistas iraníes pronto descubrirán lo fácil que es censurar o eliminar cualquier medio de comunicación centralizado. En China, Fan-Fou, un 'twitter' local, se cierra por orden gubernamental durante los conflictos con la minoría uigur. El cierre de Twitter y YouTube en Turquía en 2014 no puede considerarse en absoluto pionero.

Fundación Telefónica
Telefónica

La oportunidad que la recentralización de los servicios de comunicación en la Red ofrece al control tampoco pasará desapercibida a publicistas y gobiernos. Mucho antes de que la existencia de Prism se hiciera pública, In-Q-Tel, el fondo de inversiones de la CIA, focaliza sus inversiones en empresas dedicadas a analizar sistemáticamente la ingente cantidad de información centralizada por Facebook, Twitter, LinkedIn y unos pocos servicios más. El nuevo paradigma se lo pone fácil al control global.

Pero no perdamos el foco. No estamos hablando de un contexto en el que las grandes compañías tecnológicas se compincharan con los Estados y los medios para matar a la Red en una conspiración de altos vuelos, como defienden todavía muchos ciberactivistas; simplemente, las grandes inversiones ligadas a la comunicación habían descubierto, por fin, una clave para evitar la permanente disipación de rentas , que en Internet había sido aún más característica que en ningún mercado.

Durante el auge de la 'blogsfera', la prensa debió de competir con millones de ciudadanos participantes e incluso con sus propios columnistas que, armados con un simple *blog*, jugaban de igual a igual con los viejos medios que les formaron. Cada *blog* era un competidor potencial que jugaba con una estructura de costes mínima. Las mismas filtraciones, los *leaks* que habían alimentado el periodismo de investigación desde la década de 1960, no necesitaban ya de un gran periódico para salir a la luz pública.

La 'blogsfera' era un monstruo de mil cabezas para la prensa tradicional. No es de extrañar que vieran el cielo abierto con Twitter, Facebook o Wikileaks, distintas facetas de una recentralización que les devolvía el protagonismo. Al final, Wikileaks no es otra cosa que una agencia, una nueva agencia; muy discutida, pero agencia de prensa al fin. Y Twitter o Facebook promueven un tipo de interacción virtual rápida, breve, superficial, en la que la elaboración de contextos propios mediante la deliberación, característica de la 'blogsfera', se dificulta en grado sumo. A falta de contextos propios, la comunicación se sustenta de nuevo en los contextos comunes y públicos más generales: la prensa y los medios tradicionales. Según una estimación realizada por equipos de la Sociedad de las Indias Electrónicas, entre 2007 y 2010 el número de enlaces recibidos por los medios desde la 'Internet civil' se multiplica casi por cuatro. ¿Cómo no iba a potenciarse desde los medios ese nuevo y tranquilizador cambio en la Red?

Y algo parecido cabría decir de los gobiernos y de las empresas; los primeros, preocupados por regular y contener ese nuevo 'Salvaje Oeste' que había surgido en pocos años en las 'fronteras electrónicas' de la sociedad, las segundas incómodas ante un nuevo tipo de 'consumidor participante'.

Del ciudadano participante al ciudadano adherente

Y es esta regresión de un 'ciudadano participante' a un 'ciudadano adherente' lo que dará forma a la relación entre partidos y ciudadanos en los primeros momentos de la crisis económica. En las presidenciales francesas de 2007, Sarkozy habla por primera vez de 'la batalla de la Red'. Su equipo publica un mapa geoposicionando más de 80.000 *blogs* que apoyan su campaña. Coordinando la 'provincia Internet', el famoso 'bloguero' Loïc LeMeur

Fundación Telefónica
Telefónica

aporta conocimiento y prestigio *hacker*. Sarkozy parece haber aprendido del susto que como Ministro de Interior, le dieron las 'ciberturbas' en los arrabales de toda Francia en noviembre de 2005.

Pero el sistema político europeo no hace depender el éxito de los candidatos de su capacidad para captar donantes. Sarkozy no quiere que los *blogs* le aporten ideas ni que le sirvan para captar microdonaciones. Quiere adhesión. Quiere una hinchada. Y tras la campaña, pulsa el botón de apagado. El día después de las elecciones presidenciales, las gigantescas redes de *blogs* de ambos candidatos se deshinchan rápidamente. El aparato partidario está feliz. Cree haber encontrado una forma de incluir la Red en las campañas electorales sin que se ponga en cuestión por 'ciudadanos participantes', aunque estos se venguen unos meses más tarde, cuando con el mismo Loïc LeMeur a la cabeza, aparezca una resistencia masiva a los intentos del ya presidente por legislar Internet reforzando la propiedad intelectual.

Tan solo unos meses después, en enero de 2008, en las primarias de Obama unen las técnicas recaudadoras que los demócratas habían ensayado en 2004 con la concepción de hinchada de Sarkozy, en una obsesión por la adhesión a la que el paso de la centralidad de los *blogs* a Facebook se dará de forma natural.

Escribíamos pocos meses después[2]: «Adhesión. Esta es la clave de la comunicación y la política en Facebook. La palabra pertenece en ella al líder, que por primera vez se comunica directamente con una masa de adherentes que ya no vive en foros y *blogs*, sino en pequeñas fichas donde el tamaño mismo de los mensajes difícilmente permite generar reflexiones alternativas y espacios deliberativos autónomos».

Visibilidad invisible

Pero ¿realmente cabía esperar una regresión completa hacia el 'ciudadano adherente' en mitad de la mayor crisis económica de Occidente en un siglo? En este sentido es muy interesante estudiar dos movimientos social y políticamente periféricos que a través de la movilización llegan a ocupar temporalmente la centralidad del debate político en Europa y EEUU: el 15M y *Occupy Wall Street*.

En un principio, ambos movimientos son reactivos y parecen darse en los parámetros ya clásicos de las 'ciberturbas' que desde el año 2000, con la caída del presidente Estrada en Filipinas, se desarrollan por todo el mundo. Es lógica, pues, su asociación con otros movimientos como la Primavera Árabe. Pero los parecidos son superficiales en realidad. Lo interesante son las diferencias.

Mientras el movimiento egipcio o el tunecino nacen de una lenta deliberación que desde 2004 va cuajando en la 'blogsfera' arabófona africana y modificando ciertos consensos sociales, los movimientos español y norteamericano nacen ya en pleno auge de la cultura de la adhesión y las mal llamadas redes sociales. Simbólicamente son, de hecho, un gran 'No me gusta', más que una movilización cohesionada -como las norteafricanas- por una consigna interclasista que transciende a las distintas fuerzas políticas.

Fundación Telefónica
Telefónica

Tanto el 15M como el *Occupy* descubrirán pronto hasta qué punto la falta de una deliberación social previa les cercena la posibilidad de seguir avanzando. De modo nada inocente, las movilizaciones se convierten en acampadas; y cuando toda la sociedad parece estar mirándolos, consensuar una tabla reivindicativa se muestra imposible y el propio movimiento lo sustituye por un proceso gigantesco y presencial de deliberación abierta.

El énfasis en la presencialidad es un mensaje en sí mismo. Internet no es lo que era, el que ellos conocen -Facebook, Twitter-, ya no sirve para eso, hay que estar y discutir en vivo. La consciencia de la necesidad de deliberación se muestra de maneras que les valdrán las críticas de parte del ciberactivismo anterior -que afea su adanismo muchas veces pueril- y de pensadores como Zizek[3], que le reprochan hacer de la confusión entre liderazgos y manipulación casi un dogma.

De distintas formas ambos movimientos se 'dispersarán' en unos cuantos meses en movimientos y reivindicaciones concretas, pero también en nuevos espacios deliberativos virtuales que todavía no acaban de encontrar formas, tecnologías y símbolos comunes. Son visibles por el protagonismo de nuevas temáticas e incluso de nuevos lenguajes, por el germinar de nuevas revistas y publicaciones electrónicas, por la recurrencia de nuevas palabras en los discursos. Pero en lo fundamental siguen siendo, por el momento, invisibles para la agenda pública. Están creciendo. Son la venganza de Habermas.

Notas

[1] Véase Juan Urrutia: E*l capitalismo que viene*, editorial El Cobre, 2008 y *http://lasindias.com/indianopedia/disipacion-de-rentas*

[2] David de Ugarte, «Los futuros que vienen», *El Arte de las Cosas*, 2010.

[3] Slavoj Zizek y Srecko Horvat, *El Sur pide la palabra, el futuro de una Europa en crisis*, Los libros del lince, 2014.

Fundación Telefónica
Telefónica