Octavio Islas Carmona (coordinador)

De la ciberguerrilla a los ciberpartidos La nueva comunicación política, la ciudadanía militante y el Ciberespacio. Del EZLN y la revuelta neozapatista a Podemos

CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación /80

#80 Cuadernos Artesanos de Comunicación - Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Concha Mateos (URJC)

- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M)
- Javier Marzal (Universidad Jaume I, UJI)
- José Luis González Esteban (Universitat Miguel Hernández de Elche)
- José Luis Terrón (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB)
- José Miguel Túñez (Universidad de Santiago, USC)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA).

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Octavio Islas Carmona (Coordinador)

De la ciberguerrilla a los ciberpartidos

La nueva comunicación política, la ciudadanía militante y el Ciberespacio. Del EZLN y la revuelta neozapatista a Podemos

CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación / 80

CAC 80° - De la ciberguerrilla a los ciberpartidos. La nueva comunicación política, la ciudadanía militante y el Ciberespacio. Del EZLN y la revuelta neozapatista a Podemos
Octavio Islas Carmona (Coordinador)

| Precio social: 7,95 € | Precio en librería. 10,35 € |

Editores: Javier Herrero y Alberto Ardèvol Abreu

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro *Playa de Fuerteventura*, de Guido Kolitscher (Austria – La Gomera).

Imprime y distribuye: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal
- La Laguna (Tenerife), 2015 – Creative Commons

(<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/estatutos.html>)

Catálogo: <http://www.cuadernosartesanos.org>

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CAC:

<http://www.cuadernosartesanos.org/protocolo.html>

Descargar *pdf*:

<http://www.cuadernosartesanos.org/#80>

ISBN – 13: 978-84-16458-01-1

DL: TF-228-2015

DOI: [10.4185/cac80](https://doi.org/10.4185/cac80)

De la ciberguerrilla a los ciberpartidos. La nueva comunicación política, la ciudadanía militante y el Ciberespacio. Del EZLN y la revuelta neozapatista a Podemos

Abstract

Desde el desarrollo de la ciberguerrilla zapatista en 1994 hasta la gestación de Podemos, en España, Internet y las redes sociales han impuesto profundas transformaciones en la comunicación política. Los políticos temen a Internet porque hoy los ciudadanos disponen de los medios y las plataformas idóneas para conocer, analizar y discutir los asuntos públicos. La ciudadanía hoy empieza a considerar la posibilidad de desbordar a innecesarios mediadores. Además Internet ha modificado el desarrollo de las campañas a puestos de elección ciudadana, y terminará por transformar también a los partidos políticos. En los ciudadanos digitales reside la utopía de transformar el hoy gastado imaginario político.

Este libro reúne cuatro ensayos. “De la Selva Lacandona a la Jungla Virtual”, de Sandra Mariela Dellara, reconocida investigadora argentina; “Indignación y movilización. Análisis y consideraciones sobre los movimientos indignados: una experiencia virtual de los movimientos sociales”, de Carlos Israel Ham Ramírez, sociólogo mexicano; “#Yosoy132. La revolución estética”, de Octavio Islas, fundador y director general de la revista web *Razón y Palabra*, publicación pionera en estudios de comunicología en el ciberespacio iberoamericano. Por último, “Podemos. El ciberactivismo y la transformación política en España”, de Ignacio Catalán Hernando, destacado periodista, quien durante muchos años se desempeñó como director de *El Universal on line*.

Palabras clave

Ciberguerrilla, Internet, comunicación política, redes sociales, activismo, ciberpartidos

Forma de citar este libro

Octavio Islas Carmona (2015): *De la ciberguerrilla a los ciberpartidos. La nueva comunicación política, la ciudadanía militante y el Ciberespacio. Del EZLN y la revuelta neozapatista a Podemos. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 80. La Laguna (Tenerife): Latina.

INDICE

Presentación

Octavio Islas Carmona 7

1. “De la Selva Lacandona a la Jungla Virtual”

Sandra Dellara 19

2. “Indignación y movilización. Análisis y consideraciones sobre los movimientos indignados: una experiencia virtual de los movimientos sociales”

Carlos Israel Ham Ramírez 69

3. “#Yosoy132. La revolución estética”

Octavio Islas 101

4. Podemos. El ciberactivismo y la transformación política en España

M. Ignacio Catalán Hernando 157

Con el ciberactivismo como telón de fondo

Octavio Islas Carmona

ESTE LIBRO reúne cinco ensayos. “De la Selva Lacandona a la Jungla Virtual”, de Sandra Mariela Dellara, reconocida investigadora argentina; “Indignación y movilización. Análisis y consideraciones sobre los movimientos indignados: una experiencia virtual de los movimientos sociales”, de Carlos Israel Ham Ramírez, sociólogo mexicano; “#Yosoy132. La revolución estética”, de Octavio Islas, fundador y director general de la revista web *Razón y Palabra*, publicación pionera en estudios de comunicología en el ciberespacio iberoamericano. Por último, “Podemos El ciberactivismo y la transformación política en España”, de Ignacio Catalán Hernando, destacado periodista, quien durante muchos años se desempeñó como director de *El Universal on line*.

Internet definitivamente ha transformado la comunicación política. Los ciudadanos hoy disponen de las plataformas idóneas para conocer, analizar y discutir los asuntos públicos. Ello sin duda alguna implicará profundos cambios en el imaginario del parlamentarismo. La ciudadanía hoy empieza a considerar la posibilidad de desbordar a innecesarios mediadores. Además Internet ha modificado el desarrollo de las campañas a puestos de elección ciudadana, y terminará por transformar también a los partidos políticos. En los ciudadanos digitales reside la utopía de transformar el hoy gastado imaginario político.

En este libro colectivo partimos de reconocer el aprendizaje derivado de la ciberguerrilla emprendida por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), durante el primer lustro de la década de 1990, hasta la gestación de Podemos, nuevo partido político en España, que ha transformado el ciberactivismo en votos electorales.

1. “De la Selva Lacandona a la Jungla Virtual”

Sandra Dellara

A pesar de que México vive en la periferia de la historia —como atinadamente advirtió Octavio Paz en *Posdata*—, en esta tierra de volcanes sin reposo, el siglo XX se empeñó en arribar con seis años de anticipación. El primero de enero de 1994, el mismo día que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos, Canadá y México, con el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) —que declaró la guerra al gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari— inesperadamente irrumpió la primera expresión de protesta ciudadana del siglo XXI. Por ello y por los asesinatos de Luis Donaldo Colosio, ocurrido el 23 de marzo de ese año, en Lomas Taurinas, Tijuana; así como el asesinato de Francisco Ruiz Massieu, el 28 de septiembre de 1994, Secretario General del Comité Ejecutivo Nacional del Partido Revolucionario Institucional. Por todo lo anterior, el notable escritor Carlos Fuentes concluiría que 1994 fue el año en el cual los mexicanos vivimos en peligro. La televisión mexicana entonces era más priista que nunca. El presidente Carlos Salinas de Gortari, quien en 1988 llegó a la presidencia de la República tras un escandaloso fraude electoral, llegaba a su último año de gobierno, y suponía que cerraría con broche de oro su mandato con la entrada en vigor del TLC. Sin embargo, el primero de enero de 1994, el levantamiento zapatista en Chiapas conmocionó al anquilosado sistema político mexicano y, por supuesto, al presidente Carlos Salinas de Gortari.

En tan complejo contexto, el primero de enero de 1994 irrumpió en el escenario nacional el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Como atinadamente destaca Sandra, Marcos merece ser reconocido como el primer estratega que efectivamente comprendió los beneficios del espacio virtual para el desarrollo de la comunicación política rebelde, y el EZLN como el primer movimiento de la

resistencia global que entendió la necesidad de usar el espacio virtual estratégicamente, y desde éste dar batalla. La horizontalidad, la participación y la interactividad —afirma— son la base de la comunicación autónoma rebelde por Internet, y enseguida describe las principales características de la guerrilla semiológica (Eco); las guerrillas mediáticas, la opinión pública y la propuesta de la creación de un ‘quinto poder’ (Ramonet); la ciberguerrilla (Arquilla y Rondfeldt 1993, Sadlik 1997), para destacar la inédita virulencia de la razón zapatista. Además incorpora las críticas realizadas por Eco, Ramonet y el Subcomandante Insurgente Marcos a los medios de comunicación convencionales —el aparato ideológico de la Globalización—.

Sandra recupera el concepto de “autocomunicación de masas”, propuesto por Manuel Castells, el cual se opone al discurso narcotizante de los medios masivos convencionales. El destino de Marcos y del EZLN definitivamente hubiese sido otro sin la existencia de Internet. A lo largo de la historia del México postrevolucionario, los gobiernos priistas nunca han dudado en emplear la violencia para contener movimientos sociales. La masacre cometida el 2 de octubre de 1968, en Tlatelolco, durante el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, cuyo mandato comprendió de 1964 a 1970, es una prueba de ello. No es el único. Internet atrajo poderosamente la atención mundial hacia el movimiento neozapatista. El gobierno, que había considerado la posibilidad de dar una respuesta violenta al levantamiento en Chiapas se vio en la necesidad de negociar con los rebeldes, en un ambiente enrarecido por la sucesión presidencial y el asesinato del candidato del PRI a la presidencia de la República: Luis Donaldo Colosio.

La autora analiza la evolución que ha resentedo la estrategia de comunicación del EZLN en el ciberespacio, desde la creación de su página web en 1995, a cargo del profesor Justin Paulson —quien fue entrevistado por Carlos de la Guardia para la revista *Razón y Palabra* en 1996— el portal *Rebeldía* y *Radio Insurgente*; el empleo del correo electrónico como efectivo sistema de distribución de información noticiosa; videos a través de YouTube; blogs de simpatizantes y brigadistas del EZLN; así como redes sociales: Twitter y Facebook; aplicaciones para teléfonos móviles y envío masivo de mensajes.

Además analiza la imagen de Marcos como prototipo del ciberguerrillero, destacando su ostentación tecnológica, la cual definitivamente representa un paradójico contraste con respecto de la realidad de la Selva Lacandona, en la que no hay ni electricidad ni agua potable. El modelo del ciberguerrillero –sostiene– se inscribe en el contexto de guerrilla semiológica propuesto por Umberto Eco. El ciberguerrillero se atrinchera en algún lugar de la Selva Lacandona, aunque el mejor sitio para localizarlo es la Red, desde ahí da pelea no solo al Gobierno nacional sino, también, a la globalización y a los intereses que esta representa.

“La guerra está en las redes”. Marcos está plenamente convencido de realizar actividades efectivamente ciberactivistas en Internet, pero no apuesta a la intrusión y el hackeo de sitios web. Apuesta en cambio por el viejo recurso del discurso y la propaganda. Su palabra es, sobre todo, lo que circula por el espacio virtual. Por ello el legado del EZLN inevitablemente se ha extendido a otros movimientos sociales –las recientes erupciones visibles–, como #YoSoy132 y #ayotzinapasomostodos

2. “Indignación y movilización. Análisis y consideraciones sobre los movimientos indignados: una experiencia virtual de los movimientos sociales”

Carlos Israel Ham Ramírez

Carlos –sociólogo de formación– analiza el impacto de los movimientos sociales surgidos desde la Primavera Árabe hasta las movilizaciones de indignados. En estos procesos –atinadamente advierte– observa un rol determinante la comunicación. La comunicación dentro de la red permite el intercambio e interconexión de experiencias de forma personal y colectiva. Se supera la pasividad y la recepción unidireccional de los mensajes, se construyen vínculos y estos son la raíz de los movimientos.

Si la globalización trajo consigo la idea de romper y eliminar las fronteras –principalmente económicas– para facilitar la conexión entre sociedades, Internet ha disuelto las fronteras del mundo real. Desde la virtualidad se vive, se experimenta, se relaciona, comunica y conoce. La vida –asunto hoy más complejo– se comparte en el

espacio físico y virtual. Internet ofrece una nueva vía para acercar las demandas de los ciudadanos a la agenda política y a la movilización social. Podemos estar informados a tiempo real y, al mismo tiempo interaccionar con el resto de los usuarios. Las relaciones entre individuos y de individuos con instituciones comienzan a transformarse. Ello terminará por transformar a la sociedad.

Carlos recupera a Castells para afirmar que la lucha fundamental por el poder es la batalla por la construcción, transmisión e implantación de significados en las mentes. Internet es un espacio neutro que depende de quienes le den uso y, por supuesto, qué uso le den. Dicha interacción vuelve real la comunicación y la participación en el mundo virtual. La interacción y la ocupación del espacio son dobles. Desde la virtualidad del ciberespacio se construyen los lazos, la cercanía y el compañerismo necesarios para articular acciones colectivas que en el mundo físico se enfrenten al miedo por cambiar y confrontar las situaciones adversas, de malestar, injusticia y dominación.

En nuestros días se duda de la veracidad –y la capacidad– de los políticos para resolver los problemas, además se duda de la capacidad del sistema por mantener las cosas funcionando para todos. El desprestigio de la clase política es también un fenómeno globalizado. Con el lema “Somos el 99%” nació el movimiento *Occupy Wall Street* (OWS) en septiembre de 2011 en Estados Unidos, con el objetivo de denunciar los enormes niveles de desigualdad entre la minoría más rica del país (el 1%) y el resto de los ciudadanos (el 99%). Los movimientos altermundistas y globalifóbicos de mediados de la década de los 90’s son el antecedente inmediato a las expresiones de indignación. Fueron el aviso de que las cosas no iban por buen camino, que el capitalismo global no traería las mejores consecuencias para la mayoría de las personas.

Indignarse no es suficiente para transformar las situaciones globales. Sin embargo la emotividad –destaca Carlo–no debe ser vista como un proceso necesariamente irracional. Es el motor necesario para desatar las acciones. El proceso consiste entonces en transformar las emociones en acciones. Para el caso del 15M tenemos la experiencia de que el movimiento fue el fruto de un concienzudo trabajo de más de tres meses de preparación. Se organizaron movimientos de

información en blogs y otros medios electrónicos con el fin de que la movilización no fuera reducida a la nada.

Los movimientos siempre son propositivos, siempre están para señalar que las cosas están mal, y en ese señalamiento son capaces, al menos de sembrar la duda sobre ¿de qué otra forma puede ser? La aparición de Internet provocó un cambio de actitud de los movimientos con respecto a los medios, especialmente en aquellos que tienen su raíz en tiempos previos a la existencia de la web. Antes se comportaban de un modo reactivo, defensivo o pasivo, ahora existe una actividad propositiva y afirmativa (Lago & Marotias, 2007). Pero, ¿qué proponer? y ¿cómo enfrentar estos problemas? Fue a través de las ideas y aportaciones de los ciudadanos en las asambleas, físicas y virtuales, como se fueron configurando poco a poco las reivindicaciones y objetivos por los que luchar.

Las primeras manifestaciones masivas se dieron en los países árabes que querían deshacerse de gobiernos tiránicos, Túnez y Egipto, países donde los dictadores abandonaron el poder de manera más o menos pacífica gracias a las movilizaciones y a la presión internacional (Bonet, 2011) sirvieron de experiencia para definir la posibilidad de transformar regímenes completos.

En Occidente se preguntaron si se podía hacer la revolución en un entorno tan hermético como el de los países árabes. Siguiendo la cronología, se preguntaron por qué no se podía organizar un movimiento en España que mostrara el rechazo al sistema clientelar y altamente corruptible de la representación ciudadana a través de los partidos políticos.

Los movimientos ignoran a los partidos políticos, desconfían de los medios de comunicación, no reconocen ningún liderazgo y rechazan cualquier organización formal. Dependían de Internet y de las asambleas para generar el debate colectivo y la toma de decisiones. Si bien podemos considerar que el papel del líder es inevitable, porque hace las funciones de guía, de dirección, de prototipo de identidad (Tamayo, 2013: 369), la experiencia de los movimientos indignados nos avisa que no es así.

Tanto el 15M como el 17S y su articulación inspirada, ideológicamente, en el precedente de los movimientos sociales altermundistas o antiglobalización críticos con el capitalismo, la globalización y, al fin y al cabo, con el *pensamiento único* nos dejan la experiencia de que enfrentar al sistema es posible desde algo más que la violencia física. Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) constituyen un nuevo tipo de existencia política para los activistas y para la acción colectiva. La tarea es superar la dispersión.

Los medios de comunicación personales hacen de la relación social y política un asunto inmediato. Es necesaria la pausa reflexiva, ya hemos cambiado mucho el mundo y eso ha sido causa de la desilusión indignada. Entre mejor se comprenda la relación directa con el sistema, más productivo podrá ser el movimiento. Uno de los ejes centrales de la movilización pasa por el hecho de que la democracia opera donde las élites deciden a los candidatos y los ciudadanos sólo los confirman. El 15M se transformó en el 17S, de España a Estados Unidos la indignación se transformó en acción.

Carlos considera el enfrentamiento de los indignados como una lucha por el reconocimiento simbólico del derecho a ser. La ineficacia del sistema económico por solventar la crisis y garantizar los espacios profesionales necesarios para la reproducción de la vida social, individual y colectiva, supone la gran deficiencia del sistema. Las batallas más importantes serán aquellas que se libren por conseguir el reconocimiento de los diversos estilos de vida, los cuales se pierden en el pensamiento único. Además el legado de estos movimientos reside en la capacidad de cuestionar la presencia global del capitalismo como modelo único de la economía.

Como retos del movimiento considero que deben reorganizar la presencia, convertirse en actores, de nuevo, que trasciendan la espontaneidad y que mediante procesos de institucionalización se logre comunicar y construir los procesos necesarios para, en todo caso, hacer evidente y real la transformación del sistema político y económico.

3. “#Yosoy132. La revolución estética”

Octavio Islas

En el segundo texto “#Yosoy132. La revolución estética”, recupero el concepto de revolución estética, propuesto por Herbert Marcuse para, al final del texto, recuperarlo y mostrar algunos ejemplos de las expresiones estéticas del movimiento “#Yosoy132. Herbert Marcuse, uno de los más emblemáticos intelectuales de la primera generación de la llamada Escuela de Frankfurt anticipó la transformación de la “nueva sensibilidad” en un factor político. Las posibilidades utópicas se encuentran implícitas en la tecnología del capitalismo avanzado, y por supuesto están presentes en Internet como en las redes sociales. La ciencia y la tecnología son recursos de la liberación, pero deben ser reconstruidas con base en una nueva sensibilidad.

Enseguida señalo que las redes sociales han observado un papel sumamente relevante en recientes movimientos de indignación y protesta ciudadana. Internet, las redes sociales y los nuevos medios sociales han demostrado ser plataformas idóneas para el imaginativo desarrollo de movimientos de indignación y protesta ciudadana, como demuestran los movimientos en Islandia (2008-2009), la “Revolución Iraní” (2009), así como el inesperado desarrollo de otros movimientos de indignación y protesta como los registrados en Arabia Saudí, Argelia, Baréin, Egipto, Irán, Irak, Jordania, Kuwait, Líbano, Libia, Marruecos, Mauritania, Omán, Sahara Occidental, Somalia, Siria, Sudán, Túnez, Yemen, Yibuti y Túnez. Así como las expresiones de protesta registradas en el Reino Unido, España y Estados Unidos.

En México, hasta el primer cuatrimestre de 2012 habíamos permanecido relativamente indiferentes y ajenos a las razones universales de la indignación y protesta, expresadas en otras naciones a través de movimientos ciudadanos que comenzaron a emplear imaginativamente Internet y las redes sociales. Sin embargo todo cambió en tan solo unos días. De hecho ocurrió cuando nadie lo esperaba y en una universidad particular y de los jesuitas: la Universidad Iberoamericana.

La gestación del movimiento estético #Soy132 definitivamente alteró la monotonía de las campañas presidenciales. Los poderes fácticos ya daban trato de presidente a Enrique Peña Nieto, el candidato de la coalición integrada por el PRI y el Partido Verde Ecologista de México. No así los estudiantes de la Universidad Iberoamericana, quienes un “viernes negro” se encargaron de recordarle a Enrique Peña Nieto que aún no se habían celebrado los comicios.

Primero #Soy132 fue un *trending topic*. Sin embargo, en pocos días transitó a la condición del movimiento estético que estableció un parteaguas definitivo en el desarrollo de las campañas presidenciales. A pesar de la incipiente penetración de Internet en México y la relativa indiferencia ciudadana por los comicios presidenciales, durante casi dos semanas el movimiento estético #YoSoy132 relegó el desarrollo de las campañas por la presidencia de la República a un segundo plano informativo. El movimiento estético #YoSoy132 fue capaz de movilizar a amplios sectores de la sociedad mexicana a través de las redes sociales. Ello por supuesto inquietó a los poderes fácticos que promovieron la campaña de Enrique Peña Nieto, particularmente Televisa.

A partir del llamado “viernes negro” empezó a descender la popularidad del candidato Enrique Peña Nieto. El jueves 17 de mayo de 2012, el movimiento estético #YoSoy132 se había convertido en el principal tema informativo, relegando a un segundo plano a las campañas de los candidatos por la presidencia. El voto joven definitivamente no favorecería a Peña Nieto.

El viernes 18 de mayo, el movimiento #YoSoy132 realizó sus primeras marchas de protesta denunciando la información tendenciosa o franca desinformación que practican los medios de comunicación, particularizando sus críticas y cuestionamientos en las dos grandes cadenas de televisión: Televisa y Televisión Azteca. El movimiento #YoSoy132 trascendió a las calles demostrando formidable capacidad de convocatoria, anunciando la anticipada obsolescencia de los operadores políticos que suelen llenar las plazas públicas que visitan en días de campaña los candidatos a puestos de elección ciudadana. En tan solo 10 días el movimiento estético #YoSoy132 había logrado opacar las campañas presidenciales.

Durante el último mes de campañas disminuyó la intención de voto a favor de Enrique Peña Nieto. También, por supuesto, el movimiento #YoSoy132 resintió un pronunciado desgaste. El PRI se vio en la necesidad de implementar un costoso operativo destinado a la compra de sufragios para garantizar el triunfo de Enrique Peña Nieto.

En el último apartado de mi texto recupero las tesis de Marcuse relativas a las tecnologías de liberación, considerando algunas expresiones estéticas de #YoSoy132. En el desarrollo de las recientes elecciones presidenciales en México, las redes sociales observaron un rol que definitivamente admite ser considerado como protagónico. Los partidos políticos no evidenciaron el mejor manejo de las redes sociales, sino el movimiento estético #YoSoy132.

Es posible anticipar que en un futuro no muy distante los estudiantes asumirán un rol protagónico en la transformación del país. Ellos han advertido con notable claridad la inminente gestación de un nuevo orden informativo a partir de los nuevos medios sociales. Los estudiantes comprendieron la posibilidad de utilizar las redes sociales para remediar el deteriorado tejido social. Esa es precisamente la nueva utopía posible. Emplear tecnologías liberadoras para emprender la transformación estética de nuestra sociedad.

4. Podemos. El ciberactivismo y la transformación política en España

M. Ignacio Catalán Hernando

Hace 50 años, suponer la existencia de partidos políticos ecologistas era una tesis que definitivamente se antojaba disparatada. Sin embargo, hoy en la mayoría de naciones existen partidos ecologistas que efectivamente disponen de un legítimo proyecto ecologista y pretenden acceder al poder o ya lo ejercen. México es un caso excepcional. El Partido Verde Ecologista de México (PVEM) es un apéndice del PRI, y la rentable franquicia de la familia González se presta a ser arrendada a los intereses del mejor postor en turno, sea éste el Partido Acción Nacional (PAN) —en los comicios presidenciales celebrados en el año 2000—, con el PRI en los comicios presidenciales celebrados en los años 2006 y 2012 donde se sumó al candidato que el PRI presentó y, por supuesto, con las cadenas de

televisión, favoreciendo que algunos senadores y diputados integren legislatura a legislatura la llamada “telebancada”.

Hacia finales de los años noventas empezaron a gestarse las primeras corrientes que propiciarían la formación de partidos políticos cibernéticos, en sentido estricto. En México, dadas las particulares características de nuestro sistema político, seguramente tendremos que esperar varios lustros para presenciar el advenimiento de un verdadero partido político creado desde Internet.

Podemos –refiere Ignacio– es un nuevo partido político en España, que se formó en enero de 2014 tras los movimientos sociales y las protestas que ocasionaron la crisis económica, el desempleo, los embargos bancarios, la corrupción y la falta de respuestas de los gobiernos del bipartidismo PP-PSOE. El ciberactivismo de Podemos ha transformado en muy poco tiempo la indignación y las protestas sociales en votos electorales.

Podemos tiene sus antecedentes en el movimiento de los “Indignados”, también conocido como “15-M”, con los campamentos y protestas que realizaron en la Puerta del Sol en Madrid y en otras ciudades españolas el 15 de mayo de 2011. Entre los antecedentes históricos indirectos destacan las revueltas árabes, el 15-M, el caso Wikileaks, las acciones del colectivo de ciberatacantes Anonymous contra compañías como Visa o Amazon y la campaña electoral basada en redes sociales que llevó a Obama a la presidencia de Estados Unidos.

De 1997 a 2007 hubo un “boom” en la compra y en los precios de viviendas en España, alentada por la oferta de créditos hipotecarios de los bancos que en 2007 llegaron a plazos hasta de 50 años. En esa década de bonanza el desempleo afectó a un máximo de 2.3 millones de españoles en 2003 y a un mínimo de 1.8 millones en 2006. Sin embargo, señala Ignacio, a partir de la crisis económica de 2008 en España alcanzó en 2012 y 2013 tasas históricas del 25 por ciento en el total de la población activa y hasta del 55 por ciento en jóvenes menores de 25 años de edad. El paro llegó a 6 millones de españoles en esos dos años, es decir, a 4.2 millones de trabajadores adicionales. El crecimiento del desempleo por supuesto tuvo negativas repercusiones sociales. Entre ellas la imposibilidad de pagar miles de

hipotecas adquiridas entre 1997 y 2007 y el consecuente problema financiero y social provocado por y para los bancos. En 2012 se realizaron 101 mil desahucios en España, un promedio de 277 al día, lo que llegó a provocar hasta suicidios y un gran impacto social y mediático.

El documento origen de Podemos –destaca Ignacio– está en el manifiesto “Mover ficha: convertir la indignación en cambio político”, presentado el fin de semana del 12-13 de enero de 2014 y difundido por la publicación digital “Público.es”. El manifiesto –indica Ignacio– señala la necesidad de articular la movilización social en un proceso electoral participativo y abierto a la ciudadanía. En este manifiesto se expresaba la necesidad de crear una candidatura para ir a las elecciones europeas de mayo de 2014 con el objetivo de oponerse, desde posturas de izquierda, a las políticas de la Unión Europea para la crisis económica. Aunque no era uno de los firmantes del manifiesto, el 14 de enero se anunció que el profesor de Ciencia Política de la UCM Pablo Iglesias Turrión, encabezaría el movimiento. Iglesias Turrión, entonces de 35 años de edad, pasó en menos de dos años de catedrático de ciencia política a estrella de las tertulias de la televisión; y en menos de seis meses de líder político a eurodiputado de Podemos.

Podemos es uno de los sucesos más interesantes de la política española no solo por sus rápidos logros, sino también por la forma y el éxito con los que ha utilizado las nuevas herramientas tecnológicas en el quehacer social y político. En los próximos años advertiremos la proliferación de partidos políticos con una nueva sensibilidad, concebidos desde Internet para emprender la positiva transformación de la sociedad.

De la Selva Lacandona a la Jungla Virtual

Sandra Mariela Dellara¹

LOS ZAPATISTAS inauguran una novedosa forma de lucha en el ciberespacio que es reconocida con el término de ciberguerrilla o guerrilla informacional por sus políticas defensivas a través de Internet y por las estrategias de visibilidad del movimiento a través de la web. Dicho término da origen a lo que en nuestra investigación hemos denominado la segunda etapa.²

Internet: Una nueva forma de lucha y protesta para el zapatismo

La era de las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC) permite a los rebeldes zapatistas diseñar una nueva comunicación política, lo suficientemente original y creativa en lo que

¹ Sandra Mariela Dellara Racina (Argentina). Sandra Mariela Dellara: Nació en Argentina, Rosario, vive en Buenos Aires. Licenciada, Profesora y Magister en Comunicación Social. Ha sido docente universitaria de las Universidades Nacional de Rosario y de Concepción del Uruguay. Actualmente está preparando las defensas de sus Tesis Doctorales en Comunicación política y Ciencias Sociales. Trabaja como consultora política.

² Distinguimos tres etapas sumamente definidas y diferenciadas en estos veinte años de vida pública: la primera la Guerra que estalla el 1/1/94 y se extiende solo por doce días; la segunda *la ciberguerrilla* que se extiende hasta pasada la Marcha a México DF en el 2001 y la última que denominamos la Sexta e inicia con la emisión de la *Sexta Declaración de la Selva Lacandona* (2005).

respecta al uso de los medios de comunicación y nuevas tecnologías. El pasado no presenta registro alguno sobre casos de características similares a la rebelión que estalla en Chiapas, donde el espacio de la comunicación no solo visibiliza la resistencia y la reivindicación indígena sino que, además, adquiere el estatuto de estrategia para la lucha política.

El zapatismo es el primer movimiento de la resistencia global en usar el espacio virtual estratégicamente y desde él dar batalla, en tanto que sienta precedentes en la mundialización de las protestas y la simultaneidad de las acciones, las nuevas formas organizativas, la diversificación de las estrategias de acción colectiva y la relevancia de la comunicación en los procesos de activismo social y político (v. Sabada y Roig, 2004).³

Los zapatistas irrumpen en el campo de la comunicación política con una novedosa forma de “hacer la guerra” y de “otro” modo: laciberguerrilla. La cual les ha facilitado continuidad y permanencia en su lucha, principalmente en la segunda etapa. Desde nuestro lugar consideramos que la ciberguerrilla es, junto a la máscara, la estrategia más importante para la visibilización de la resistencia y la reivindicación indígena de Chiapas: “México, la nación que generó el prototipo de la revolución social del siglo XX, es ahora el escenario del prototipo de la guerra por la red social y transnacional del siglo XXI” (v. Rondfeld, 1995).

El éxito de los zapatistas se ha debido en gran medida a su estrategia comunicacional, ya que la guerra en su forma convencional no ha sido finalmente su objetivo sino la comunicación autónoma. Manuel Castells arremete aún más y sostiene que: “crearon un suceso en los medios de comunicación para difundir su mensaje, mientras trataban desesperadamente de no verse arrastrados a una guerra sangrienta” (1999: 101). Tal como dice el sociólogo español, hubo un enfrentamiento bélico con armas de guerra, heridos y caídos, y el Subcomandante Insurgente Marcos, como los otros comandantes y compañeros del ejército estaban dispuestos a morir por la causa

³ El primer sitio electrónico EZLN.org. se subió en el año 1995 en México, pero, nosotros tomamos el año 1996 por considerar que es el momento más visible del inicio de la *ciberguerrilla*.

zapatista. Pero el levantamiento de 1994 en las condiciones sociohistóricas en las que se produce adquiere tal impacto en la opinión pública que muy pronto los zapatistas se convierten en un tema de agendas mediáticas, tanto nacionales como internacionales, lo que lleva al gobierno y a la clase política mexicana a tener que visibilizarlos.

Pasados los primeros doce días de guerra, los zapatistas dieron su primer paso hacia la construcción de un diálogo nacional y lo hacen sobre todo en compañía de la sociedad civil, por lo que comienzan a diseñar diferentes estrategias de comunicación política como, por ejemplo: presencia en los medios y luego en el espacio virtual; profusos y singulares comunicados y la construcción de un nuevo sujeto social, el ciberguerrillero, que corporiza y sintetiza el Subcomandante Insurgente Marcos. Una forma de tener presencia mediática es la difusión, que en este caso realiza el Comité Clandestino Revolucionario Indígena– Comandancia General del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (CCRI- CG del EZLN) a través de sus comunicados y que la mayoría de las veces son acompañados por una carta que suscribe el SCI Marcos. Para esta etapa las balas han quedado en la trinchera y los zapatistas no dejan de disparar palabras, durante la entrevista que Marcos mantiene con Gabriel García Márquez, éste le pregunta:

GGM: ¿Todavía, en medio de todos esos rollos, tiene tiempo para leer?

SCI MARCOS:- Sí, porque si no... ¿qué hacemos? En los ejércitos de antes, el militar aprovechaba el tiempo para limpiar su arma y rehacerse de parque. En este caso, como nuestras armas son las palabras, tenemos que estar pendientes de nuestro arsenal a cada momento.⁴

La palabra es el arma de la batalla zapatista. Entre la tradición de la lucha social y la herencia indígena se construye el discurso de la rebeldía. Los zapatistas y el Subcomandante Insurgente Marcos

⁴ Subcomandante Insurgente Marcos: Entrevista con Gabriel García Márquez (25/03/2001).

deciden abandonar el pensamiento militarista de Tlacaélel⁵ y seguir por el camino de la doctrina tolteca cultivando “la flor y el canto” (la poesía y el arte), que son las únicas formas válidas que tienen los hombres para decir las palabras verdaderas. Desde esta antigua concepción de la palabra se desprende la esencia de la guerra que sustentan los zapatistas en el siglo XXI, haciéndolo sobre todo por la Red.

La palabra visibiliza el “decir” de los zapatistas pero el soporte que logra la visibilización es Internet. La relación que se establece entre: época, político y medio para convencer y persuadir al destinatario no es nueva, ya que contamos con innumerables ejemplos que ilustran lo dicho. Por ejemplo, la radio ha sido para el general Juan Domingo Perón un eficaz medio de llegada, principalmente, en los sectores de la clase media indecisos sobre la ascensión a su primera presidencia (1946). Lo estratégico de Perón es la táctica que emplea, ya que el último mensaje que dirige, antes de la veda electoral, está hecho con una plaza colmada de simpatizantes, sobre todo representantes de los sectores populares, por lo que el líder transmite su mensaje por cadena nacional, a través de la radio, pero lo hace tras una ventana de vidrio para que los gritos de los partidistas no sean escuchados e interfieran en la recepción del mensaje. De este modo, Perón llega a los indecisos de una manera intimista y singularizada (v. Emilio de Ipola, 1982).

Marcos es el primero en implementar esta nueva estrategia de combate (Internet), pues él cambia el tablero de las tácticas militares convencionales por la inmediatez de la Red, mientras que las guerrillas latinoamericanas y las del resto del mundo desconocían el poder multiplicador de esta nueva arma llamada Internet. A partir de esta experiencia peculiar comienza a gestionarse en el espacio virtual otra forma de resistencia y rebeldía. Sin embargo el EZLN produce para algunos analistas ambigüedades, por lo que el propio Marcos se encarga de aclarar que:

⁵ Nombre del joven guerrero que crea una visión mística de la guerra en el mundo azteca. Denominado como “un sabio detrás del trono” (Miguel León Portilla, 2004: 26).

“Nosotros nos hicimos dentro de un ejército, el Zapatista de Liberación Nacional. La estructura es militar. El subcomandante Marcos es el jefe militar de un ejército. En todo caso nuestro ejército es un ejército muy otro porque lo que se está proponiendo es dejar de ser ejército. El militar es una persona absurda que tiene que recurrir a las armas para poder convencer al otro de que su razón es la razón que debe proceder, y en ese sentido el movimiento no tiene futuro si su futuro es el militar. Si el EZLN se perpetúa como una estructura armada militar, va al fracaso. Al fracaso como una opción de ideas, de posición frente al mundo. Y lo peor que le podría pasar, aparte de eso, sería que llegara al poder y se instalara como un ejército revolucionario. Para nosotros sería un fracaso. Lo que sería un éxito para una organización político-militar de las décadas del '60 y del '70, que surgió con los movimientos de liberación nacional, para nosotros sería un fracaso. Nosotros hemos visto que finalmente esas victorias eran fracasos o derrotas ocultas detrás de su propia máscara. Que lo que estaba pendiente siempre era el lugar de la gente, de la sociedad civil, del pueblo. Que finalmente es una disputa entre dos hegemonías. Está un poder opresor que desde arriba decide por la sociedad, y un grupo de iluminados que decide conducir al país por el buen rumbo y desplaza a ese otro grupo del poder, toma el poder y también decide por la sociedad. Para nosotros esa es una lucha de hegemonías, y siempre hay una buena y una mala: la que va ganando es la buena y la que va perdiendo es la mala. Pero para el resto de la sociedad, las cosas no están cambiando en lo fundamental. En el EZLN llega un momento en que se ve rebasado por lo que es el zapatismo” (Con GGM.2001).

Esta es la concepción que ha caracterizado al Ejército Zapatista de Liberación Nacional, a partir del cese del fuego (1994). Con esta referencia el SCI Marcos hace una clara conceptualización sobre por qué son ejército y movimiento a la vez, por supuesto, con la singularidad de su praxis y en los límites de la fuerza.

Algunas consideraciones sobre la *ciberguerrilla*

Con los zapatistas no solo se resignifican las palabras de la política tradicional sino que llegan a la *polis* con nuevos conceptos, que usamos indistintamente sin tener muy en claro su significado real. Así palabras nuevas tales como: guerrilla semiológica, guerras mediáticas, guerras virtuales, ciberguerra o ciberguerrilla circulan por los medios de comunicación, las instituciones educativas y hasta en nuestras instancias más cotidianas sin conocer su verdadero significado. Por tal motivo, consideramos esencial establecer algunos parámetros distintivos entre: guerrilla semiológica, guerras mediáticas y ciberguerrilla; para poder comprender aún más las estrategias de comunicación política del EZLN, específicamente en la praxis del espacio virtual, que analizaremos a continuación.

a. Guerrilla semiológica.

“Hágase nuestra voluntad, no la tuya” es el enunciado con que Umberto Eco culmina su artículo “Para una guerrilla semiológica” (1967), tras haber realizado un recorrido teórico sobre comunicación, guerrilla y medios. El semiólogo italiano parte de considerar que para adueñarse del poder político de un país, hoy, ya no basta con controlar las fuerzas de seguridad sino que: “un país pertenece a quien controla los medios de comunicación” (1986: 181).

Los políticos, como los educadores y científicos de la comunicación, creen que para controlar el poder de los medios de comunicación es necesario controlar dos momentos de la cadena de comunicación: la fuente y el canal; sin embargo, solo se controla el mensaje como forma vacía que cada uno llenará con significados de su propia cultura. Para Eco, la solución estratégica al problema, que ubica en el futuro, es la guerrilla:

“La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la era de la comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación sino en el lugar a donde llega. Si he hablado de guerrilla es porque nos espera un destino paradójico y difícil [...] precisamente en el momento en que los sistemas de comunicación prevén una sola fuente industrializada

y un solo mensaje, que llegaría a una audiencia dispersa por todo el mundo, nosotros debemos ser capaces de imaginar unos sistemas de comunicación complementarios que nos permitan llegar a cada grupo humano en particular, a cada miembro en particular, de la audiencia universal, para discutir el mensaje en su punto de llegada, a la luz de los códigos de llegada, confrontándolos con los códigos de partida”. (1986: 190).

La propuesta de Eco no es una forma de control sobre la opinión pública sino una acción para incitar a la audiencia a que controle el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación. El semiólogo cita dos ejemplos, el de un partido político capaz de convocar a todos los grupos que ven televisión a discutir los mensajes que reciben, según el semiólogo esto podría cambiar el significado que la fuente había atribuido al mensaje. El otro ejemplo corresponde a una organización educativa que discuta sobre el mensaje recibido, lo cual puede dar vuelta el significado del mensaje y también puede ser interpretado de diferentes modos.

En el artículo, el autor recalca la necesidad de estudiar e indagar sobre las nuevas formas de esta guerrilla cultural. Una de las posibilidades que plantea es que, en la interrelación de diversos *mass media* se emplee un medio, por ejemplo: un diario, para comunicar una serie de juicios sobre cualquier otro medio (ejemplo: televisión). Aunque esto no nos asegura que el artículo del diario será leído del modo que esperamos. Se pregunta el semiólogo: “¿Será necesario ir a otro medio para enseñar a leer el diario de una manera consciente?”

Algunos fenómenos de masas contestatarios, hippies, movimientos estudiantiles, etc., rechazan a la sociedad de comunicación tecnológica en búsqueda de formas alternativas. Pero estas formas se realizan usando los mismos medios de la sociedad tecnológica (TV, prensa, discos), por lo que no salen del círculo, por el contrario, vuelven a entrar. “Las revoluciones se resuelven a menudo en formas pintorescas de integración” señala Umberto Eco. Pero, también podría suceder que estas formas no industriales de comunicación pudieran llegar a ser las formas de una futura guerrilla de las comunicaciones, es decir:

“una manifestación complementaria de las manifestaciones de la comunicación tecnológica, la corrección continua de las perspectivas, la verificación de los códigos, la interpretación siempre renovada de los mensajes de masas. El universo de la comunicación tecnológica sería entonces atravesado por grupos de guerrilleros de la comunicación, que reintroducirían una dimensión crítica en la recepción pasiva. La amenaza para quienes *the medium is the message* podría entonces llegar a ser, frente al medio y al mensaje, el retorno a la responsabilidad individual. Frente a la divinidad anónima de la comunicación tecnológica” (1986: 191).

b. Guerras mediáticas

“En la nueva guerra ideológica que origina la globalización, los medios de comunicación se utilizan como un arma de combate” (2011: 52), afirma Ignacio Ramonet en su último libro: *La explosión del periodismo*. En una crítica dura, pero indudablemente lúcida sobre los medios de comunicación y sus trabajadores – los periodistas– los acusa, entre otras cosas, de haber abandonado su función esencial en las sociedades democráticas, es decir, el desempeño de su rol de cuarto poder, que desde la segunda mitad del XIX, enarbolaron frente a los abusos y errores de los otros tres poderes. Tradicionalmente el cuarto poder sentía que su deber/ser era denunciar las violaciones de derechos y, en algunos casos, los periodistas han pagado con sus propias vidas esta defensa.⁶ El surgimiento y consolidación de este poder permitió el nacimiento de un nuevo actor social: la opinión pública, que en el pasado no existía, y los ciudadanos encontraron en él un poder para criticar, rechazar y oponerse democráticamente a las decisiones políticas o judiciales que siendo legales podían ser injustas o delictivas, ya desde ese entonces la prensa fue “la voz de los sin voz”. Pero es con el

⁶ En nuestro país no podemos dejar de recordar la lucha de Rodolfo Walsh su coraje y valentía frente al abuso de autoridad de la Junta Militar del 76. Ver “*Carta Abierta de un escritor a la Junta Militar*”, 24 de marzo de 1977, en *Operación masacre* (2000:236). Aunque Ramonet circunscribe la defensa del cuarto poder a países en democracia y cita los ejemplos de: México, Filipinas, Honduras, Colombia, Turquía... y otros (2011:47).

avance de la mundialización y el neoliberalismo que los medios de comunicación se convierten en una herramienta de valor comercial que modifica conductas, transforma culturas y guía a las masas hacia una manera de pensar universal.

Los medios masivos de información se han ido agrupando en torno de inmensas estructuras para consolidar grupos mediáticos con vocación mundial. El periodismo de hoy muta de su función genuina (de contrapoder) a la de “aparato ideológico de la globalización”, ya que la preocupación empresarial de los conglomerados mediáticos es económica y de ganancias, lejos han quedado los principios del cuarto poder, por consiguiente: “estamos en la necesidad de crear o de recrear el cuarto poder y para que no haya confusión, esta propuesta la hemos llamado quinto poder, en la medida en que además curiosa y paradójicamente los medios son el único poder que no tiene contrapoder” sostiene Ramonet (2004).

La propuesta de Ignacio Ramonet para esta guerra mediática es la creación de un quinto poder:

“cuya función sería denunciar el superpoder de algunos grandes grupos mediáticos que, en determinadas circunstancias, no solo no defienden a los ciudadanos sino que actúan en su contra, como ocurre actualmente en un buen número de países./ En Venezuela, en Ecuador, en Bolivia, en Argentina y en otros países en que la oposición conservadora ha sido derrotada en las elecciones democráticas, los principales grupos de prensa, radio y televisión han desencadenado una verdadera guerra mediática contra la legitimidad de nuevos presidentes como Hugo Chávez, Rafael Correa, Cristina Fernández...”. (2011: 51).

En el año 2010 Venezuela pone en marcha el proyecto de ciberguerrilla comunicacional para los alumnos de escuelas medias, éste cuenta con el asesoramiento de Ignacio Ramonet que lo enmarca dentro de:

“la creación del Observatorio de Medios de Comunicación es una propuesta del movimiento social planetario reunido en el marco del Foro Social Mundial de Porto Alegre, Brasil. Su

fuerza es ante todo moral: cuestiona y reprende basándose en la ética y sanciona las faltas de honestidad mediática a través de informes, investigaciones y estudios que elabora, publica y difunde. Los observatorios que se han establecido en algunos países reúnen tres tipos de miembros: periodistas profesionales de diversos medios; universitarios e investigadores de todas las disciplinas, particularmente especialistas en comunicación; y usuarios de los medios, ciudadanos comunes y personalidades reconocidas por su estatura moral” (2004).

Finalmente Ramonet augura que ni la prensa escrita desaparecerá ni los periodistas, por el contrario considera que es el mejor momento para el desarrollo de la profesión porque abunda la información y no hay problema alguno para obtenerla. Lo que sí remarca es la necesidad que tendrán los *journaleros* de aprender a producir una información de otra forma, para difundirla por diversos formatos (post, alertas, breves resúmenes introductorios para Twitter, Facebook y otras redes sociales) artículos de textos, fotos, sonidos, video, conversaciones con lectores, blogs, aportaciones de internautas, enlaces con otros artículos sobre el mismo tema rompiendo el modelo vigente de pasar la mayor parte del tiempo seleccionando y difundiendo información en lugar de buscarla y producirla.⁷ Cierra su texto con el ejemplo del diario alemán *Die Zeit* (El Tiempo), un seminario semanal que distribuye 500,000 ejemplares, que dirige Giovanni di Lorenzo, quien estudió las necesidades de sus lectores y desoyendo todos los consejos de moda continuó publicando largos artículos, documentados y complejos. El periodismo que viene es un periodismo de calidad, orientación y profundización.

c. La ciberguerrilla

Arquilla y Rondfeld (1993) son los primeros en advertir sobre la posibilidad de guerras por la Red, en otras palabras, la infiltración de la guerrilla en el ciberespacio. Como consecuencia de la investigación que realizan para la empresa Rand Corporation, acuñan dos nuevos

⁷ Cf, Ignacio Ramonet en: *Latifundios mediáticos impulsan insurrección contra gobiernos progresistas* (15/11/12); *El quinto poder* (2003); También Chomsky y Ramonet *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios* (2008).

conceptos: a) Ciberguerra (Cyberwar) se refiere a “los conflictos relacionados con el conocimiento y la información a nivel militar” y b) Guerra de redes (Netwar) referido a “las luchas sociales asociadas comúnmente con conflictos de poca intensidad por actores no pertenecientes al Estado, como terroristas, carteles de drogas, etc.” Los investigadores concluyen en su estudio que los conflictos del futuro serán peleados más por redes que por jerarquías, y quien quiera que domine esta forma ganará las mayores ventajas. Para los analistas la actividad pro-zapatista en la Red es un claro ejemplo de este tipo de lucha por las redes.

El término ciberguerrilla es usado por primera vez por Tomás Sadlik en el Congreso de Varsovia (1997) comprendiendo a éste como: “el fenómeno de uso de la red por un grupo disidente, pacífico o violento, como herramienta para difundir sus ideas y defender las causas de su lucha”, aunque dicho concepto se utiliza tiempo después de la puesta en práctica por los zapatistas en el espacio virtual. Sadlik, al referirse específicamente al zapatismo, sostiene que: “debido al continuo flujo de información concerniente a los zapatistas en la red, los usuarios de Internet y los activistas de diferentes organizaciones pueden seguir la evolución del conflicto de Chiapas y difundir estas informaciones a nivel internacional” y agrega: “los zapatistas demostraron un grado superior de organización y una mayor sofisticación en el uso de las herramientas de la Red, a pesar de que todos los movimientos de disenso empiezan a ser visibles en ella a partir del caso zapatista”. Por último, señala que la ciberguerrilla está creciendo aunque no se pueda cuantificar debido a la continua expansión y a los cambios que se producen en la Red. Finalmente señala:

“El fenómeno de la ciberguerrilla puede ser, también, una referencia sobre el nuevo desorden que viene, un caótico nuevo mundo donde quizás el derecho a la comunicación sea más democrático y la libre expresión como el acceso a la información ya no dependerán tanto del estatus económico o social de los ciudadanos”. (Sadlik, 1997).

d. El caso: La *ciberguerrilla* zapatista

La Red constituye una innovadora forma de participación que ofrece posibilidades “de interacción y debate en un foro electrónico autónomo, sorteando el control de los medios. Los ciudadanos podrán formar, y están formando, sus propias constelaciones políticas e ideológicas, evitando las estructuras políticas establecidas”, sostiene Manuel Castells (1999) y al referirse concretamente al caso zapatista, el sociólogo señala:

“la habilidad de los zapatistas para comunicarse con el mundo y con la sociedad mexicana, y cautivar la imaginación del pueblo y de los intelectuales, impulsó a un grupo insurgente local y débil a la primera fila de la política mundial”. (1999: 102).

A lo cual el Subcomandante Insurgente Marcos irónicamente sintetiza diciendo: “lo que los gobiernos realmente deberían temer es a un experto en comunicaciones” (1995).⁸

Internet es un medio de comunicación cuya técnica puede utilizarse para una comunicación horizontal, descentralizada y alternativa. En la ciberguerrilla zapatista los insurgentes recurren a los servicios de Internet para llevar a cabo sus estrategias de visibilidad, una de las cuales es el envío multitudinario de correos electrónicos. Las listas de *newsgroups* *USENET misc.activism.progressive* es una de las más implicadas en la materia de la ciberguerrilla y de las páginas web interconectadas. Sobre este punto Sadlik precisa que: “el mantenimiento de las listas de correos como el de las páginas web suele ser responsabilidad de grupos de apoyo que, normalmente, trabajan en Europa, Australia, Canadá y Estados Unidos” y agrega: “los zapatistas son uno de los grupos pioneros en utilizar la red para sus propósitos, junto con el *Sinn Féin* irlandés” (Sadlik, 1997).

Los zapatistas implementaron la modalidad de enviar sus documentos a los grupos de Derechos Humanos alrededor del mundo, incluyendo *Peace Net*, *Chiapas-List*, *Mex paz*, *La Neta* y *México 94*. “Internet permite a los zapatistas liberarse de represiones geográficas. Ni siquiera pueden viajar a Ciudad de México para dar sus discursos, pero esta es una forma de estar en Texas, Roma, California o París”

⁸Subcomandante Insurgente Marcos: Carta a la prensa... (27/02/1995).

(Harry Cleaver, 1995). Por eso, los murales zapatistas gritan desde la clandestinidad: “estamos en todas partes.”

En algún lugar de la Selva Lacandona el SCI Marcos escribe en su computadora un comunicado en el que engloba a diversos públicos: “Al pueblo de México, a los gobiernos del mundo, a la prensa nacional e internacional”.⁹ Elisa Tanner describe la forma como se difunden estos comunicados:

“Cuando termina, los correos contrabandean los discos a los simpatizantes en la ciudad. De ahí, los partidarios colocan la información en Internet y en segundos la gente en todo el mundo puede leer el último mensaje de los rebeldes en Chiapas” (1996).

Los simpatizantes del Ejército Zapatista de Liberación Nacional transmiten los comunicados zapatistas e informan sobre los últimos datos acerca de las operaciones militares, de este modo persuaden a los cibernautas de efectivizar alguna forma de protesta. Por ejemplo, la de inundar la oficina del Presidente mexicano con mensajes de repudio por las gestiones que desarrolla el Ejército Federal en la región, a través del teléfono y del fax. Cuando en el año 1996 la policía atacó sorpresivamente los escondites zapatistas en Veracruz informaron que capturaron más discos de computadoras que balas (v. Doyle Leonard, 1995).

Los cibergrupos que circulan por la Red en apoyo al EZLN no se han limitado con exponer, describir testimonios y difundir comunicados por este medio sino que han concebido a la gran Red como un recurso fundamental para el desarrollo de sus estrategias informativas. La vinculación del movimiento zapatista con Internet demuestra una creciente autonomía, ya que su libertad de fluir sin restricciones la diferencia de muchos de los medios tradicionales, *tal como señala Manuel Castells*:

“El uso extenso de Internet permitió a los zapatistas difundir información y llevar su llamamiento por todo el mundo al

⁹ Los encabezados no responden a una fórmula sino que existen variadas formas en que Marcos y el CCRI-CG del EZLN se dirigen a sus destinatarios, esta es una de las que usan habitualmente.

instante, y establecer una red de grupos de apoyo que ayudaron a crear un movimiento de opinión pública internacional, que hizo literalmente imposible al gobierno mexicano utilizar la represión a gran escala”. (1999:103).

Los zapatistas no circunscriben su lucha solo al interior de los pueblos indígenas mexicanos, su preocupación es más amplia. A través de sus páginas se solidarizan en favor de otros grupos como: las Madres de Plaza de Mayo, los estudiantes de la UNAM, os Sem Terra de Brasil, los estudiantes de Chile y otros tantos más creando, de esta manera, redes internacionales de resistencia y lucha frente al modelo neoliberal. La red internacional que armaron los zapatistas solo es comparable a la red de comunicación solidaria que mantienen con los pueblos indígenas, hasta el día de hoy el gobierno no ha podido quebrantarla. De lo local a lo global la estrategia zapatista es la solidaridad como frente común de la lucha y la resistencia.

La información que difunden los neozapatistas se ha hecho más cercana y comprensible, a través de la red de Internet. Esta misma se constituye para los zapatistas en un instrumento de reclamo y de lucha por los derechos indígenas-campesinos, a través de su uso el movimiento zapatista no solo plantea sus posiciones y declara la guerra al gobierno y a la globalización sino que se da a conocer mundialmente consiguiendo innumerables simpatizantes para su causa. Internet es para los zapatistas como: ‘un ágora nueva, la plaza pública para los Sócrates del siglo XXI’ sostiene el escritor español Fernando Savater (2005).

e. Tres voces para una guerrilla comunicacional

Umberto Eco es el gran intelectual de los 60, el padre de la semiótica moderna. Ignacio Ramonet es un intelectual pero ante todo un reconocido periodista crítico y el Subcomandante Insurgente Marcos es el intelectual que ejecuta la primera ciberguerrilla de la historia. El semiólogo italiano escribe el artículo: “*Para una Guerrilla Semiológica*” a finales de los sesenta (1967), como anticipando los nuevos estudios de la teoría de la recepción. En tanto Marcos pone en marcha el proyecto de la ciberguerrilla a mediados de los noventa (1996), el cual se consolida dos años más tarde, en contra de las políticas del neoliberalismo y la mundialización; mientras que el *journalista* publica

su libro *La explosión del periodismo*. Internet pone en jaque a los medios tradicionales, en el año 2011, en plena crisis neocapitalista.

Lo común que comparten los tres pensadores es la crítica que realizan a los medios de comunicación tradicionales: Umberto Eco sostiene que los dueños de un país son aquellos que controlan los medios de comunicación, en tanto Ignacio Ramonet, que se inscribe en esta línea, los considera el aparato ideológico de la globalización, y el Subcomandante Insurgente Marcos como los nuevos mitos de “los de arriba.” Aunque no se quedan solo con ese debate sino que buscan alternativas; por lo que: Eco plantea como solución posible la “guerrilla semiológica”; Ramonet construir el “quinto poder” y el SCI Marcos ya puso en marcha “La otra comunicación”. Para el primero la comunicación es un sistema, en cambio para el segundo es la materia estratégica del poder económico y, para el tercero, su forma de lucha. En Eco el problema no está ni en la fuente ni en el canal sino en el receptor, quien, finalmente: “llenará con sus propio significado” el mensaje, por eso se aleja de la concepción que el medio es el mensaje. En cambio Ramonet pone el acento en la necesidad de mediar la información producida por los grandes grupos mediáticos a través de los Observatorios de Medios. Mientras que Marcos, en concordancia con el ciclo nuevo de la autonomía, diseña un nuevo tipo de comunicación autónoma, participativa y horizontal, donde los zapatistas son medio y mensaje. De alguna forma el SCI Marcos es ese hacer cognoscitivo que Eco y Ramonet describen en sus textos.

En definitiva, la guerrilla semiológica que está pensando Eco se basa en el poder reflexionar de los destinatarios sobre los mensajes mediáticos que recibe. La guerra mediática que critica Ramonet es la forma con que el poder ideológico del Nuevo Orden Mundial busca legitimarse y controlar a la sociedad. Finalmente la ciberguerrilla domina, aunque desde abajo, una forma de guerra de redes que puede llegar a dar grandes ventajas y en un futuro ser leída como fractura del Orden; de ahí que el caos, por lo profuso de sus comunicados y por

el adelanto tecnológico que tiene, es un método de lucha y resistencia.¹⁰

Cuadro comparativo: Tipos de Guerrillas

CATEGORÍA
Nombre	Umberto Eco	Ignacio Ramonet	SCI Marcos
Rol	Profesor	Periodista	<i>Ciberguerrillero</i>
Época	1967	2011	1996
Información	Decodificada.	Valor.	Caos.
Comunicación	Sistema.	Materia prima estratégica del poder.	Lucha.
El medio	No es el mensaje.	Es el mensaje.	Los zapatistas son medio y mensaje.
Poder	El que controla los medios de comunicación de un país.	Aparato ideológico de la globalización.	Los de arriba.
Solución	Reflexión del receptor.	Mediar la información con Observatorios.	La “otra” comunicación.
Tipo de guerrilla	Semiológica.	Guerra mediática.	<i>Ciberguerrilla.</i>

Fuente: Elaboración a cargo de la autora.

Estrategias de comunicación política por Internet

La Web 2.0 a diferencia de la Web 1.0 no es un canal en el que los emisores envían exclusivamente información a sus receptores, sino un medio de comunicación en el cual el usuario o receptor adquiere un pleno protagonismo, así el receptor se transforma en creador y generador de ideas, espacios, productos y contenidos. Puede crear y publicar fotografías en Flickr, realizar videos y subirlos a Youtube o

¹⁰ Guerrilla semiológica, guerra mediática y *ciberguerrilla*, todas ellas, formas de lucha contra la opresión de los mass media, que encuentran en *el Manifiesto del Partido Comunista* (1848) una de las primeras denuncias de la historia y del cual se nutren estas para su propia praxis.

escribir reflexiones, artículos, relatos y editarlos en Blogge,¹¹ debatir y encontrarse con sus amigos en redes sociales como Facebook o añadir información en Google. La importancia de la Web 2.0 tiene tal impacto en nuestra sociedad que la revista *Time* elige a los internautas como personajes del año 2006 con el siguiente titular: ‘*You, Yes, you. You control the information Age. Welcome to your world.*’¹² La elección, por vez primera, de los usuarios, significa el reconocimiento de la influencia en la Red de contenidos *on line* creados por los mismos usuarios (v. Ismael Crespo, 2011: 215). Estos nuevos usos de Internet facilitan la conectividad entre los usuarios y permiten que estos exploren sus relaciones y creen contenidos por sí mismos, por eso la rapidez del crecimiento.

A esta nueva modalidad de la comunicación se refiere Manuel Castells y la define como “autocomunicación de masas”:

“comunicación que ha surgido con el desarrollo de las llamadas Web 2.0 y Web 3.0 o el grupo de tecnologías, dispositivos y aplicaciones que sustentan la proliferación de espacios sociales en internet gracias a la mayor capacidad de la banda ancha, el revolucionario software de código abierto y la mejor calidad de los gráficos y el interfaz, incluyendo la interacción de avatares en espacios virtuales tridimensionales. [...] La difusión de internet, las comunicaciones inalámbricas, los medios de comunicación digitales y una serie de herramientas de software social han provocado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan lo local y lo global en cualquier momento” (2010: 101).

Que en nuestro decir se traduce como el trabajo de las estrategias comunicacionales del Subcomandante Insurgente Marcos y el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, durante la tercera etapa (la Sexta). Nuestra hipótesis es que Marcos sale a recorrer el país (2006/2007) trazando un mapa de relaciones análogas a la Web 2.0

¹¹ El *Blogger Beta* hizo posible poder publicar artículos por categorías o etiquetas, como son llamados en *Blogger*, así como la posibilidad de poner bitácoras de acceso restringido para personas invitadas por un administrador del *blog*, entre otras funciones.

¹²En castellano: Tú. Sí, tú. Tú controlas la Era de la Información. Bienvenido a tu mundo.

Red. Marcos no sale como en las etapas anteriores como fuente, emisor o productor del discurso sino que sale a construir redes con otros grupos, asociaciones y/o movimientos para que, esta vez, ellos sean los emisores y creen sus propias estrategias, entre ellas las que ofrece la Web 2.0. Con todo esto y en la Sexta, Marcos convoca en algunos casos a construir y en otros a reforzar el ciberactivismo.

El SCI Marcos es el primer estratega en usar los beneficios del espacio virtual para el desarrollo de la comunicación política rebelde. Sin embargo su praxis, como hemos observado, no se circunscribe solo a este espacio sino que alcanza a los otros espacios. El Subcomandante Insurgente Marcos antes del uso de la Web 2.0 conoció los beneficios de la Web 1.0 y el correo electrónico, pero no se pudo quedar solo con eso sino que actualiza su lucha de acuerdo al avance tecnológico, es decir, en Marcos hay una permanente transformación en imagen, discurso y tecnología. Para el Subcomandante Marcos estar en la Red es “tejer una red” con el resto de los usuarios. Marcos lo comprendió mucho antes que otros referentes o políticos: los cibernautas que usan Internet quieren consumir información al mismo tiempo que producirla. La horizontalidad, la participación y la interactividad son la base de la comunicación autónoma rebelde por Internet.

A continuación presentamos el análisis de las aplicaciones Web 2.0 por el zapatismo, pero en el caso de las primeras páginas y el uso de correo electrónico el lector debe tener en cuenta que pertenecen a las de primera generación. Pero, como nos interesa establecer los aportes y los cambios de estas las hemos incluido en nuestro estudio:

a. La estrategia de la Página Web

Una de las primeras páginas web que se levantó en México fue el sitio del EZLN (1995). La estrategia de la página fue trascender el cerco informativo que algunos medios nacionales y extranjeros mantenían sobre el Ejército Zapatista de Liberación Nacional. Por lo que, el sitio difundió puntualmente los comunicados y mensajes emitidos por los zapatistas y lo hizo en cuatro idiomas: español, inglés, francés y alemán. Su surgimiento revistió una gran importancia por el material que circuló en él, porque fue el iniciador de las otras 93 páginas que se encontraron tan solo en México y, sobre todo, porque fue parte

fundamental de la estrategia comunicacional del EZLN en el desarrollo y sostenimiento de la ciberguerrilla, en otras palabras, fue el primer territorio virtual de combate zapatista.

Primeras vistasdel EZLN.org.

El sitio EZLN.ORG, tapiz virtual de las expresiones de hombres, mujeres y niños del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, fue considerada como la página oficial de los zapatistas, dado los contenidos institucionales, los temas que abordaba y la denuncia social que realizaba. Pese a los argumentos de su supuesto webmaster, Justin Paulson, que en reiteradas ocasiones negó cualquier tipo de vinculación con

el EZLN y el Subcomandante Insurgente Marcos (v. De la Guardia, 1999). Negación que se encargó de expresar en la misma página: “página no oficial del EZLN” (2001).

El diseño del sitio partía de los titulares, los cuales podíamos comparar con el tronco de un árbol bifurcándose en diferentes ramas: documentos (1994-2005), noticias del zapatismo con sus respectivos comunicados, boletines, dibujos de niños, ponencias, denuncias de atropellos sobre mujeres zapatistas, presos indígenas y estudiantes, asesinatos, galerías de fotografías, diferentes actividades de la lucha zapatista, debates sobre diferentes temáticas, ponencias del SCI Marcos, derechos humanos y mensajes. Estos son algunos de los elementos con los cuales se construyó esta página ya hace diecinueve años en México y veinte en Estados Unidos. Los contenidos de la web eran constantemente actualizados con el fin de informar a la mayor brevedad posible. Dentro de estas páginas también se podían leer los principales periódicos nacionales como: *La Jornada*, *Proceso*, *El Universal*, *El Excelsior* y *Reforma*.

Vista actual de la página

En 2001 la página presentaba una foto del SCI Marcos y del Comandante Tacho con un extenso alegato del por qué no aceptan la Ley de Derechos y Cultura Indígena. En la actualidad el sitio advierte: “Este sitio web publica contenido relacionado con la *Sexta Declaración de la Selva Lacandona* del Ejército Zapatista de Liberación Nacional” y reenvía a otros dos sitios: Enlace Zapatista y la *ZextaIntenacional*.

Las páginas del neozapatismo ascienden a un número que supera las ochocientas, muchos antes de la Web 2.0, estas mismas son de dominio nacional e internacional. Entre los sitios más visitados se ha distinguido la web *La Marcha por la Dignidad*, que fue diseñada especialmente para la Marcha zapatista al DF. (2001) y en menos de un mes llegó a contar con un millón de visitantes. La página facilitó la obtención de los documentos, el seguimiento minuto a minuto de los acontecimientos y contó con un foro del cual participó el mismísimo SCI Marcos. Durante el transcurso de la Marcha, tanto Marcos, como el *zapatour* no perdieron un ápice de atractivo para Internet, ya que el sitio relató hasta el más mínimo de los detalles, la programación de los actos de la marcha, lugar, asunto del acto, duración, e incluso ofreció a los visitantes direcciones y enlaces útiles para su estadía.

Reprodujo, también, la totalidad de los discursos y los mensajes del Comité Clandestino Revolucionario Indígena del Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

El Frente Zapatista de Liberación Nacional (FZLN), órgano de enlace ciudadano del EZLN, empleaba Internet para difundir las propuestas políticas y el plan de trabajo de los zapatistas. El sitio diseñado y administrado por el mismo FZLN posibilitó, hasta el año 2005, el acceso a una cuenta de correo a cada cibernauta, propiciando de este modo el desarrollo de una estrecha red de comunicación a la cual mantenía informada sobre cualquier acontecimiento que ocurría en Chiapas.

**Formato wap para
celulares**

La página logró establecer y consolidar una positiva imagen institucional y cívica del EZLN ante amplios sectores de la opinión pública nacional e internacional. El Frente Zapatista de Liberación Nacional promocionó, antes de su disolución en el 2005, su incursión en formato *wap* para celulares.¹³ Durante diez años el FZLN extendió y puso en marcha estrategias de ciberculturas de un modo singular trascendiendo a otras organizaciones sociales zapatistas.

¹³CCRI-CG del EZLN: Ver *Sexta Declaración de la Selva Lacandona* (junio 2005).
Nota: En la carta a Ruso (2002) el SCI Marcos ya da indicios de la disolución del FZLN.

Sitio web Enlace Zapatista. Anuncio del nuevo número de la revista Rebeldía

La página web *Rebeldía* comenzó aglutinando desde el año 2002 la información de los neozapatistas, convirtiéndose en la más completa, pues ella dispone de la totalidad de los documentos emitidos por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, desde el año 1993 hasta el último texto difundido por los insurgentes. Pero con la emisión de la *Sexta Declaración de la Selva Lacandona* pasó a llamarse *Enlace Zapatista*.

En cuanto a la revista *Rebeldía* al igual que lo era *Chiapas* (1994), ambas orgánicas al movimiento zapatista, se pueden adquirir en formato electrónico o gráfico, y aunque *Chiapas* ha dejado de publicarse, es posible hallarla en línea. En el inicio de la insurgencia fue un elemento de gran importancia para comprender el fenómeno rebelde.

Los que seguimos la lectura zapatista a través de la web EZLN.org también establecimos un contrato de lectura con el sitio pero, cuando éste deja de estar activo, no nos ha resultado fácil adaptarnos al acceso del nuevo portal *Enlace Zapatista*, ya que las primeras veces lo vivíamos como un caos informático. El sitio está estructurado en tres columnas:

1. Las Juntas del Buen Gobierno, que a su vez se divide en: a) Los comunicados de la JBG. b) Construyendo la autonomía. c) Archivo histórico (1994-2005) y Camino andado (2005/2009).
2. Abajo y a la izquierda, que también se divide pero en cinco ventanas: a) Denuncias, b) Actividades, c) Comunicado, d) En el mundo, y e) Red Nacional contra la represión y por la solidaridad.
3. Comisión Sexta del EZLN solo se divide en dos, a) Comunicado de la Comisión Sexta del EZLN y b) Palabra de

abajo. En esta columna se halla la revista *Rebeldía*, de la cual encontramos todos los números.

El banner inferior reenvía a: Radio Insurgente, Comunicados del EZLN 1994-2005, Camino andado 2005-2009 y d *Zex̣ta Internacional*. En tanto en la parte superior señala con los íconos correspondientes los contactos: el correo electrónico, el RSS, Twitter y Facebook, este último rediseñado con simbología insurgente los colores y la estrella de cinco puntas. Es un índice que refuerza la idea zapatista: la guerra está en las redes.

b. Correo electrónico

email

Los mensajes enviados a través del correo constituyen uno de los medios esenciales para que los rebeldes se conecten a los adherentes, simpatizantes, u otros destinatarios. Por lo general y al menos ha sido nuestra experiencia, hemos recibido correos electrónicos de: radio insurgente y de las comunidades zapatistas, principalmente denunciando el hostigamiento militar y paramilitar

Icono del correo electrónico.

Los neozapatistas hasta en esta instancia son autónomos de cualquier modelo preestablecido, ya que los correos que recibimos casi siempre son extensos y en nuestro caso, durante los primeros tiempos, lo que más nos costó ha sido la comprensión de algunos vocablos indígenas específicos. Es de destacar que por el estilo del mensaje no han sido escritos por algún especialista externo a la comunidad, por el contrario. El *e-mail* junto al sitio web han sido las dos primeras aplicaciones con que los zapatistas salen al campo de la lucha, es decir, a la ciberguerrilla. Finalmente, señalamos que este correo contaba con una lista de destinatarios nacionales e internacionales y que la misma página, en ese momento EZLN.Org, luego la del FZLN.org. y actualmente Enlace Zapatista nos proporcionaba la inscripción a esa lista.

c. Videos: el fenómeno zapatista según YouTube

La importancia del video *on line* en la comunicación política zapatista ha crecido notablemente y en paralelo a la explosión de YouTube. El crecimiento de los videos zapatistas ha sido tan significativo que nos permitiría realizar un estudio diacrónico sobre el relato rebelde sin tener que leer ningún documento, porque abordan toda la temática insurgente, es decir, el mundo zapatista narrado en formato YouTube.

Video del SCI *Queremos la luz*.

En cuanto a los productores de videos zapatistas en YouTube son variados: el EZLN, periodistas, adherentes y ciberactivistas, entre otros. Dicha información está disponible en distintos idiomas.¹⁴ El sitio cuenta con muchas ventajas para los cibernautas, principalmente en las que refieren a la accesibilidad. Su publicación es gratuita, de cómoda navegación y hay numerosos criterios para ordenar el contenido, por ejemplo: el levantamiento zapatista, una vez en el sitio aparecen más de diez videos para consultar. También en el sitio los

¹⁴ Una de las categorías que usamos para el trabajo de la tesis doctoral es la tematización zapatista, la cual desplegamos en la metodología y atraviesa toda la tesis; esa tematización la encontramos, también, en los videos que circulan por *Youtube*.

cibernautas realizan comentarios, algunos muy elogiosos para el movimiento y otros no tanto, además, el material se puede reproducir en cualquier blog o página web, solo con copiar el código correspondiente al mismo en YouTube.

Otro aspecto a tener en cuenta en el desarrollo de esta tecnología usada por los zapatistas es el rol de las universidades que, como la de Nueva York, mantienen programas para que los indígenas difundan su lucha por medio de producciones de videos que luego divulgan en la Red. Consciente de ello, la Universidad de Nueva York desarrolla desde el año 1997 el “Proyecto de Medios de Comunicación para Chiapas”, que ha capacitado a los indígenas en el uso de la información como un arma real en su lucha por los derechos humanos y la reforma agraria. La Universidad anima a la donación de cámaras de videos y de ordenadores, además enseña el uso de los equipos y técnicas periodísticas a cientos de indígenas. Estos mismos armados con una cámara al hombro toman imágenes de la “guerra de baja intensidad” que el Ejército mexicano libra diariamente en la Selva Lacandona, luego los divulgan en Internet o se venden los videos ya editados. Han tomado imágenes, por ejemplo de: los sobrevuelos de helicópteros del Ejército sobre las viviendas de los indígenas, las tropas arrasando las ya escasas cosechas de maíz y otras tantas. Por último, en los juegos discursivos que entabla el Subcomandante Insurgente Marcos con sus destinatarios, publica en el año 2004 una serie de ocho documentos, que titula: “*Leer un video. Primera parte: Un islote*”. Sobre éste dice:

“Pero este video era tan especial que EL SISTEMA ZAPATISTA DE TELEVISIÓN INTERGALÁCTICA PRESENTA.../¡UN VIDEO MUUUUY ESPECIAAAAL! /Sombraluz cambia de cartulina por otra en la que se lee, ahora en letras cursivas:/*LA AUSENCIA DE AUDIO E IMAGEN EN ESTE VIDEO NO ES POR FALTA DE TECNOLOGÍA, SINO POR LO QUE SE LLAMA ‘TECNOLOGÍA DE LA RESISTENCIA’*/Mmh, así que un video sin imágenes ni audio... A partir de este momento, el ‘video alternativo’ será presentado en sucesivas cartulinas, con

letras de diferentes tipos, tamaños y colores. Acomódese usted, donde pueda y como pueda, y lea...”¹⁵

El comunicado da cuenta de la diferencia entre el año 2004 y el 2005 en que la Web 2.0 lanza al mercado YouTube, momento en que el SCI Marcos lo incluye entre sus aplicaciones de lucha y resistencia.

d. Blogs zapatistas

BLOG. Voces zapatistas.

Los y las brigadistas no sólo encontraron las voces de la represión, sino, quizás lo más importante, atestiguaron que las comunidades en resistencia continúan la construcción de un mundo mejor y más justo.

Videos: Brigada de Observación y Solidaridad con las Comunidades Zapatistas con información de Enlace Zapatista, Blog del Frayba y Hermann Bellinghausen/Foto:Zapateando.

Nos preguntamos por los blogs del Ejército Zapatista de Liberación Nacional y el Subcomandante Insurgente Marcos. En verdad hay muchos y son creaciones principalmente de periodistas, organizaciones solidarias y simpatizantes nacionales y extranjeros pero no hemos identificado ninguno que responda institucionalmente al movimiento zapatista como es la página *Enlace Zapatista*. Seguimos la caracterización que hace Patricia Violi (2008) sobre el *blog*:

“En términos muy simples, el *blog* puede ser descrito como un sitio personal, continuo y fácilmente actualizable; la actualización se produce por la vía del post, “páginas” de textos que pueden tener una longitud variada pero que, suelen ser breves y aparecen por orden de inserción, normalmente

¹⁵Subcomandante Insurgente Marcos: Leer un video. Primera parte (Agosto, 2004).

respetando la fecha en la cual ha sido publicado el post”. (2008: 42).

Podemos decir, entonces, que al igual que los contenidos en el sitio electrónico de los zapatistas, en el blog hallamos documentos, fotografías, videos, música revistas, links a otros sitios y es sumamente nutrido ofreciendo respuestas a lo requerido por los usuarios, ya que la función principal de este tipo de páginas es fomentar la conversación, el debate entre los cibernautas y los neozapatistas creando un ambiente de comunidad entre todos ellos. Por ejemplo, los blogs zapatistas publican las respuestas de los visitantes, las cuales son siempre particularizadas y son compartidas por el resto de la comunidad (v. Crespo, 2011). Por lo que, la inclusión de un blog, una relación de enlaces en la Red al sitio EnlaceZapatista y otros blogs afines, nos permiten señalar contenidos, consiguiendo así generar la sensación de “comunidad rebelde” alrededor del Ejército Zapatista de Liberación Nacional y el Subcomandante Insurgente Marcos.

e. *Twitter*

Twitter del SCI Marcos.

Una de las últimas herramientas surgidas en el ámbito de la Web 2.0, es *Twitter* (2006), cuyo crecimiento ha sido vertiginoso e intenso. En Internet hemos podido identificar numerosas cuentas en *Twitter* que tienen por nombre “Subcomandante”, pero solo podríamos señalar

tres como pertenecientes a Marcos, ya que estos exhiben el nombre del jefe militar del EZLN o sus símbolos y/o recrean un discurso respetuoso característico de su escritura. Este medio le facilita al rebelde SCI Marcos el mantenimiento de un blog sin la necesidad de tener que escribir extensos textos o amplias notas, para los cuales usa otros medios; y lo desafía a escribir en no más de 140 caracteres, que

en él es un gran mérito para su discurso tecnológico.¹⁶ También puede actualizar su monoblog a través de la Web y mensajes vía sms o por teléfono móvil o programas de mensajería instantánea. La interacción de *Twitter* con otras plataformas digitales como: Facebook, YouTube o blog es sumamente favorable a los fines de la ciberguerrilla.

Nos preguntamos, entonces, cuáles son los beneficios para el activismo rebelde y la comunicación política zapatista. Primeramente, dado que es un microblog, el Subcomandante Insurgente Marcos puede indicar la actividad que está realizando, por ejemplo: denunciar en el momento una agresión por parte del Ejército o paramilitares en las comunidades. En segundo lugar, la difusión del mensaje se extiende más rápidamente sin recurrir a los medios tradicionales, cuando este año recibimos la desmentida sobre la “supuesta” enfermedad de Marcos nos llegó por este medio. Y, finalmente, en las *ciberguerrillas*, y en particular en la zapatista, es el instrumento más eficaz para la coordinación política de la protesta y la movilización espontánea, tal como sucedió en Egipto en 2011 (v. Castells, 2013).

f. Redes sociales: Facebook

Cuatro comunidades virtuales lideran las redes sociales: Myspace.com, Second Life, LinkedIn y Facebook, pero en este trabajo nos proponemos analizar solo esta última. Facebook nace en el año 2004, en la Universidad de Harvard, con el propósito que los estudiantes pudiesen mejorar las relaciones entre sí. Muy pronto la red universitaria se extiende a cualquier persona que tuviese una cuenta

¹⁶El 12 de enero de 2013 el SCI Marcos en el ensayo “*Apagando el fuego con gasolina*” recurriendo nuevamente a la parodia, incluye un enunciado con formato y función de twitter: Tuit 1: “L@s zapatistas son l@s que, en las corridas de toros, le van al toro “./*Réplica 1*: “Pues qué ingenuos, al final al toro siempre lo matan“./Tuit 2: “No siempre“./*Réplica 2*: “Las flores siempre son para el torero, no para el toro, l@s zapatistas están desubicados“./Tuit 3: (*anulado por exceder los 140 caracteres*): “Los partidos políticos se pelean por ver quién es el torero: unos dicen que es mejor que los picadores tarden más y así les faciliten el trabajo; otros que hay que ser piadosos y ofrecerle consuelo espiritual al toro antes de ser sacrificado: otros dicen que lo que hay que hacer es bajar los gastos de modo que la administración taurina no sea tan onerosa; otros dicen “¿de a cuánto?”.

de correo electrónico, dejando de ser una red estudiantil para convertirse en una planetaria.

En nuestra investigación hemos encontrado cinco Subcomandantes Insurgentes Marcos por la red social, pero en una sola se asume como SCI Marcos y publica en su perfil datos fehacientes de Marcos, mientras que en las otras que usan el grado militar Subcomandante lo acompañan, casi siempre, con un nombre específico o indican el lugar de procedencia y/o donde viven, como una forma de diferenciarse del jefe militar del Ejército Zapatista de Liberación Nacional. Todas los perfiles de Facebook que se autodenominan “subcomandante” comparten en su perfil una foto del encapuchado de Chiapas. Corroborando nuestro análisis y un tiempo después, el SCI Marcos escribe:

“Estamos en contra del *copyright*, así que cualquiera puede tener su *twitter*, su *facebook*, o como se diga, y usar nuestros nombres, aunque, claro, ni somos ni nos representan. Pero, según me han dicho, la mayoría de ell@s aclaran que no son quienes se supone que son. Y la verdad es que nos divierte imaginarnos la cantidad de insultos y mentadas (que no son de menta), que han recibido y recibirán, originalmente dirigidas al *ezeaelene* y/o a quien esto escribe (2013)”.¹⁷

Con esta fotografía el –supuesto– SCI Marcos se presenta en FB y con los siguientes datos: Sures México en Bajo y la izquierda./ De enero de 1994 hasta la fecha./ Estudio en National Autonomous University de México/ Vive en San Cristóbal, Chiapas, México/ De Tampico.

Para nosotros significó un gran avance en la investigación leer del propio Subcomandante Insurgente Marcos el análisis que habíamos realizado en diciembre del 2012. Téngase en cuenta que, el ensayo, Marcos lo escribe en febrero del 2013.

La ventaja con que cuenta Facebook para las estrategias de comunicación política del zapatismo son múltiples, porque es de un

¹⁷ Subcomandante Insurgente Marcos: Documento del SCI (febrero de 2013).

funcionamiento sencillo y simple para todo usuario, también permite realizar otras aplicaciones (YouTube, Wikipedia, Twitter y Feeds RSS entre otras). Aunque nosotros consideramos que la gran ventaja que ofrece a los rebeldes es, por un lado, publicar sus textos más extensos manteniendo informados a modo de *lead* a su red de adherentes y simpatizantes y, por el otro lado, la circulación del material realizado por los destinatarios multiplicando a gran escala la visibilización del EZLN. Es sobre todo uno de los campos de batalla de la ciberguerrilla zapatista más visitados.

g. Aplicaciones para teléfonos móviles y envío masivo de mensajes vía SMS

El SCI Marcos hablando por su teléfono satelital.

Es durante la etapa de la Ciberguerrilla que el Subcomandante Insurgente Marcos incluye en su máscara el teléfono satelital, cuya función principal es “enviar mensajes de textos con informaciones y notas de prensa de los mensajes de voz, así como avisos sobre eventos locales” (2011:251).¹⁸ Nuestro estudio no ha tenido el alcance para evaluar el uso de este teléfono en particular, pero consideramos que tratándose de una ciberguerrilla y contando con casi todas las aplicaciones: Twitter, Google, listas de teléfonos, lista de SMS, Facebook y otras tantas más, no es de descartar que, a través de este teléfono, lleve a cabo la mayoría de las aplicaciones.¹⁹

En síntesis: Los zapatistas inician la fase de la Ciberguerrilla con las aplicaciones del *sitioweb* Ejército Zapatista y el envío de correos electrónicos. La Web 2.0 le facilita al Subcomandante Insurgente Marcos y al Ejército Zapatista de Liberación Nacional organizar un sistema propio de creación y gestión de contenidos rebeldes, a partir de cuentas de Marcos en Twitter, Flickr, etc., las cuales están preparadas para enviar imágenes y videos de sus actividades a los

¹⁸ Nótese la siguiente diferenciación: la careta solo tapa el rostro mientras que la máscara es la indumentaria con que el actor construye el personaje.

¹⁹ Véase la descripción que realiza Ignacio Ramonet del Subcomandante Insurgente Marcos durante la entrevista que mantuvieron en marzo del 2001.

distintos canales. Y, sobre todo, es un espacio para el desarrollo de la comunicación autónoma, es decir, horizontal y participativo.

El SCI Marcos: el prototipo del *ciberguerrillero*

La construcción de la imagen del Subcomandante Insurgente Marcos, principalmente durante la segunda etapa –la Ciberguerrilla– para su consolidación visual y refuerzo de las estrategias de comunicación posee elementos de tecnología de uso militar como: *walkie talkie*, teléfono satelital y auriculares, todos estos pertenecientes a la sociedad de información. La ostentación que hace Marcos de la tecnología que anteriormente mencionamos contrasta con la realidad de la Selva Lacandona en la que no hay ni electricidad ni agua potable, una paradoja más de las tantas que podemos encontrar en el estado más rico de México, Chiapas.²⁰ Esta “ostentación tecnológica” facilita la identificación con el objetivo comunicacional que se han trazado los zapatistas, el que los destinatarios vean en la imagen del Subcomandante Insurgente Marcos el prototipo del ciberguerrillero.

El modelo del ciberguerrillero, el primero en su especie, que configura el Subcomandante Insurgente Marcos, está construido bajo el diseño de una cuidadosa imagen. Por tal razón, el ciberguerrillero no se reduce solo a la utilización de aparatos tecnológicos, sino que necesita de otros elementos visuales que anclen en dicha construcción y que resulten familiares para el imaginario colectivo. Por ejemplo, su vestimenta militar, que a partir de la Revolución Cubana (1954-1958) comienza a ser usada por diferentes ejércitos, tanto nacionales como revolucionarios, y/o en las producciones de cine como en el caso del film *Rambo*. El pañuelo rojo y las carrilleras cruzadas pertenecen a la cultura mexicana, ya que el primero era un símbolo que portaban los indígenas mayas y la segunda caracterizó el uniforme del General Emiliano Zapata, líder de la Revolución Mexicana (1910-1916). Los accesorios que componen esta imagen, por cierto nada inocente, remiten a la de otros guerrilleros y al mismo tiempo condensan el sentido con que se construyó el ciberguerrillero Marcos. Sin embargo, esta ciberguerrilla está muy alejada del concepto tradicional con que

²⁰ Una parte de este texto pertenece al artículo *El Subcomandante Marcos: un mito posmoderno* publicado en la revista *Designis* N° 9 (2006) por Adriana Boglione y Sandra Dellara.

se concibe a las guerrillas, más bien se relaciona con el concepto de guerrilla semiológica vertido por Umberto Eco (1967), tal como ya hemos visto.

El SCI Marcos se opone a toda forma de la toma del poder tradicional y se asume como un rebelde social y al respecto señala:

“El Revolucionario (así, con mayúsculas) mira con desprecio las sillas comunes y dice y se dice: ‘no tengo tiempo para sentarme, la pesada misión que la Historia (así, con mayúsculas) me ha encomendado me impide distraerme en pavadas’. Así se pasa la vida hasta que llega frente a la silla del Poder, tumba de un tiro al que esté sentado en ella, se sienta con el ceño fruncido, como si estuviera estreñado, y dice y se dice: ‘la Historia (así, con mayúsculas), se ha cumplido. Todo, absolutamente todo, adquiere sentido. Yo estoy en La Silla (así, con mayúsculas) y soy la culminación de los tiempos’. Ahí sigue hasta que otro Revolucionario (así, con mayúsculas) llega, lo tumba y la historia (así, con minúsculas) se repite. / El rebelde (así, con minúsculas), en cambio, cuando mira una silla común y corriente, la analiza detenidamente, después va y acerca otra silla, y otra y otra, y, en poco tiempo, eso ya parece una tertulia porque han llegado más rebeldes (así, con minúsculas) y empiezan a pulular el café, el tabaco y la palabra, y entonces, precisamente cuando todos empiezan a sentirse cómodos, se ponen inquietos, como si tuvieran gusanos en la coliflor, y no se sabe si fue por el efecto del café o del tabaco o de la palabra, pero se levantan todos y siguen su camino. Así hasta que encuentran otra silla común y corriente y la historia se repite. / Sólo hay una variación, cuando el rebelde topa con la Silla del Poder (así, con mayúsculas), la mira detenidamente, la analiza, pero en lugar de sentarse va por una lima de esas para las uñas y, con heroica paciencia, le va limando las patas hasta que, a su entender, quedan tan frágiles que se rompan cuando alguien se sienta, cosa que ocurre casi inmediatamente. Tan, tan. -¿Tan, tan?’”²¹

²¹Subcomandante Insurgente Marcos: Carta a Ángel Luis Lara, alias El Ruso, (12/10/2002).

De esta manera el Subcomandante Insurgente Marcos muestra en la carta los cambios de actitud sufridos frente al poder, el cual ya no es una cuestión de las vanguardias ni de líderes carismáticos ni de organizaciones carismáticas, que imponen sus directrices, sino que ahora es un asunto que compete a todos los ciudadanos, por vez primera en la historia de la región (v. Enrique Camacho Navarro, 2006).

El neozapatismo representa y sintetiza el “otro pensamiento” o lo que algunos autores prefieren llamar “el antiguo pensamiento indígena reformulado en la sociedad de información”. Es, además, el paradigma de la tecnología insurgente capaz de generar nuevos conceptos y/o de llevarlos a la práctica concreta como en los casos de: ciberguerrilla, ciberguerrillero, ciberactivismo, cibernautas etc. Con la llegada del Subcomandante Insurgente Marcos y el mundo a comunicar que ha traído hemos debido incorporar también un nuevo vocabulario rebelde y tecnológico, por ejemplo: el concepto de ciberactivismo militante en red, al que Paul Revelo Cabrera define como que: “es una nueva figura del esperado sujeto político en la mundialización supercapitalista, insertado en las propias transformaciones tecnológicas del capitalismo informacional” en oposición a Manuel Castells, quien sostiene que en las redes electrónicas sí hay juicios de valor porque:

“El hacedor de imágenes los pone en función no de las perspectivas futuras del capital, sino de suscribir conscientemente compromisos políticos (ciudadanos y revolucionarios) con el contradictorio mundo real. Internet está siendo un magnífico medio de movilización social, de debate y de protesta. Y más que reforzarlo, está poniendo en crisis el clásico concepto de democracia occidental”. (1999).

El ciberguerrillero se atrinchera en algún lugar de la Selva Lacandona, aunque el mejor sitio para localizarlo es la Red, desde ahí da pelea no solo al gobierno nacional sino, también, a la globalización y a los intereses que esta representa. Inunda a la Red con sus: cartas, ensayos, relatos míticos y hasta el folletín con su ya consabida fórmula “continuará...” La estratégica decisión literaria, necesaria para una guerra de la palabra como es ésta, tiene como objetivo estratégico despertar el interés y la motivación de los distintos públicos, además

de dar a conocer el mensaje de rebeldía –implícito en todo texto– y la causa de su lucha. La tematización, los diferentes géneros, estilos y lenguajes, configuran un atrayente discurso insurgente atípico a todos los que lo precedieron. Vale recordar que estamos frente a una guerra de la información que requiere de esta exageración de la palabra y de las estrategias literarias para sostenerla y continuarla. Por ejemplo, la relación que entabla Marcos, la escritura y las nuevas tecnologías han llegado a tal extremo que, en el año 2005, conjuntamente con el escritor Paco Ignacio Taibo II escriben una novela policial: *Muertos incómodos (falta lo que falta)*. Taibo cuenta que nunca se encontró con el Subcomandante Marcos y que recibía los capítulos y los enviaba por medios diferentes, estas entregas se publicaron semanalmente en el diario mexicano *La Jornada* y luego las editó en formato libro la Editorial Planeta, en el 2005.

Durante el análisis que hicimos de la obra político/literaria del Subcomandante Insurgente Marcos hemos advertido que antes de emprender la *Marcha del Color de la Tierra* (2001) se dirigió, específicamente, a su público por Internet y los llamó, por primera vez, “cibernautas”. En otros documentos hemos podido comprobar que usa el símbolo @ al finalizar la palabra lector/a y para que no queden dudas que no lo une ningún vínculo a la globalización utiliza el término intergaláctico. ¿O acaso el mismo Marcos no lo denominó así al Encuentro por la Humanidad y contra el Neoliberalismo en 1996? La invitación la lanzó el Ejército Zapatista de Liberación Nacional. En la convocatoria firmada por el Subcomandante Insurgente Marcos:

“Contra la internacional del Terror que representa el neoliberalismo debemos levantar la Internacional de la Esperanza junto a aquellos que, por encima de fronteras, razas y colores, comparten el canto de la vida, la lucha contra la muerte, la flor de la esperanza y el aliento de la dignidad”.²²

En tanto, en el ensayo “*Oxímoron*” (2000), considerado junto a “*7 piezas para armar el rompecabezas*” (1997) uno de los mejores documentos políticos producido por Marcos, explica:

²² Subcomandante Insurgente Marcos: *Primera Declaración de la Realidad* (Enero, 1996).

“La globalización ha sido posible, entre otras cosas, por dos revoluciones: la tecnológica y la informática. Y ha sido y es dirigida por el poder financiero. De la mano, con la tecnología y la informática [...] han desaparecido las distancias y han roto las fronteras. Hoy es posible tener información sobre cualquier momento y en forma simultánea”.²³

Marcos toma una posición crítica sobre los usos y abusos que la globalización hace de la tecnología, no sobre esta en sí misma. Son abundantes los hechos en donde el líder zapatista toma partido contra ella, en febrero del 2006 se pronuncia en contra del desarrollo de la energía eólica en el istmo de Oaxaca, aunque en esta oportunidad le responde (vía Red) Ricardo Cerón Plata, en nombre de la Academia Mexicana de Ciencias, quien defiende los beneficios de dicha energía. Entre el decir de “uno” y del “otro” se distingue la representación de dos pensamientos, mientras el discurso de Marcos no deja de estar imbuido por las “creencias” y las antiguas tradiciones indígenas, quienes mantienen una relación armónica con la naturaleza y con sus ciclos (v. Víctor Wolfgang Von Hagen, 1968); por su parte, el discurso de la ciencia, que representa en esta oportunidad Cerón Plata, demuestra, compara, mide y argumenta. El discurso mítico y el discurso de la ciencia cohabitan, paradójicamente, en las carreteras de Internet, expresión del mundo global.

Siguiendo con el ensayo “*Oxímoron*”, Marcos crítica, también, a la intelectualidad por su posición cómoda frente a los intereses de la globalización, esta misma predica la traslada a la UNAM (2006) pero, esta vez, como el Subdelegado Zero y dirigiéndose a profesores y alumnos dice:

“Los laboratorios e institutos de investigación se han convertido en ‘maquilladoras de la ciencia, y el científico universitario no se dio cuenta. El conocimiento fragmentario que sale de la universidad está al servicio de las grandes empresas, que aplican las investigaciones universitarias en proyectos que a veces son de muerte para las especies, la tierra o el medio ambiente’ [...]”

²³ Subcomandante Insurgente Marcos:” *Oxímoron*” (abril, 2000). Este ensayo fue publicado también en el libro *Marcos, la dignidad rebelde* a continuación de la entrevista que Ignacio Ramonet le realizó en el 2001.

en estos momentos los laboratorios de las empresas trasnacionales arman la bomba neoliberal”. (SCI Marcos, 2006).²⁴

En este discurso distinguimos, claramente, su posición y visión sobre el concepto tecnocracia/ciencia en épocas de la globalización y su reafirmación (implícita) sobre los acontecimientos de Oaxaca. También llama a docentes, alumnos e investigadores a unirse contra “el mal del miedo,” que se cierne sobre los institutos de educación superior, públicos y privados, como una herramienta de represión para no enfrentar un sistema educativo que ha puesto a la ciencia y la tecnología al servicio “de los de arriba y del capital” (2006).²⁵

Finalmente, Marcos, el entrevistado más buscado por los reporteros y que mantuvo, por casi una década, su “columna” casi diaria en el diario “*La Jornada*” de México del DF, reflexiona sobre los medios de comunicación y lo hace desde una posición muy cercana a la de Régis Debray (1999). Dice Marcos:

(...) en la globalización fragmentada, las sociedades son fundamentalmente sociedades mediáticas. Los media son el gran espejo, no de lo que una sociedad es, sino de lo que debe aparentar ser. Plena de tautologías y evidencias, la sociedad mediática es avara en razones y argumentos. Aquí repetir es demostrar. [...] (2000).

Parafraseando al filósofo francés Régis Debray, Marcos explica la ecuación visual en la era de la información: lo visible = lo real = lo verdadero y comienza su discurso en contra de los intelectuales y la sociedad de información, ya que en ésta se ha desplazado la escritura por la imagen, “o lo diferido por lo directo y el signo por la imagen” sostiene el Subcomandante. La imagen se presenta como lo verdadero por su inmediatez y evidencia, de este modo para Marcos no puede existir una reflexión por parte de los intelectuales y mucho menos una crítica de estos en una sociedad donde las grandes empresas de comunicación tienden sobre el mundo entero su red electrónica sin que nada ni nadie se los impida.

²⁴ Subcomandante Insurgente Marcos: Mensaje en la UNAM (3/5/2006).

²⁵ En este apartado escribimos globalización con minúscula, tal como lo hace el SCI Marcos en el ensayo.

¿Cuál es entonces el objetivo de este recorrido, por algunos de los textos más relevantes del SCI Marcos, en el apartado donde tenemos que dar cuenta del actante ciberguerrillero? Bucear en la postura de Marcos sobre las categorías del Nuevo Orden –globalización, tecnología, informática y *mass media*– con el fin de comprender cómo se apropia de estas y en qué sentido las opera para la construcción de su prototipo. Así que nuestro presupuesto es que lo “dicho” en los documentos de Marcos es el “decir” en su imagen. A partir de esta relación simbiótica intentaremos definir por qué es un ciberguerrillero pero, como es regla en este trabajo, desde sus propias palabras.

En este trabajo consideramos que el Subcomandante Insurgente Marcos es una construcción discursiva, donde cohabitan símbolos, iconos, mitos y palabras que cooperan conjuntamente en la creación de este nuevo actor social producto de nuestra sociedad contemporánea, que es investido de sentido para ser lanzado a la lucha, es decir, al campo de la comunicación política. En el cual se interceptan: los fundamentos de la globalización, las nuevas tecnologías y la informática, lo público y los medios de comunicación. El SCI Marcos no integra la clase política mexicana, no forma parte de ella, por el contrario rechaza toda forma de poder de los de “arriba”; sin embargo, su presencia en el campo de la comunicación política es indiscutible –la cual trasciende el ámbito de lo nacional– ya sea por lo que representa y a quienes, por su práctica o su legado. En este campo, donde se interceptan: lo público, lo privado y lo mediático, las nuevas tecnologías y la informática, la globalización y la comunidad, el Subcomandante Insurgente Marcos libra su guerra activamente, no está afuera.

Marcos tiene actividad propagandística en Internet pero no hackea sitios, al menos en lo que refiere a sus documentos no hay mención alguna sobre esta práctica. Se caracteriza por portar aparatos de comunicación no armas. Tampoco es un revolucionario en el sentido convencional de la palabra, aunque retoma otros símbolos, iconos y mitos revolucionarios de México y Latinoamérica para su propia construcción. Rechaza el poder verticalista y lucha por la democracia participativa al estilo de la comunidad indígena.

Para visibilizar su guerra recurre, paradójicamente, a la palabra, no a las balas. Su palabra es, sobre todo, lo que circula por el espacio

virtual. Marcos pelea contra la globalización y, en consecuencia, contra el poder financiero que la consolidó, pero no se opone a ninguna de las dos revoluciones que vehiculizaron su ascenso. Nos estamos refiriendo a la informática y tecnológica, por el contrario, se apropia de ellas y se convierte en uno de los referentes y representantes más visibles de la época, desde ellas da batalla para la construcción de otro mundo, al mismo tiempo que transforma sus sentidos y los recrea para otros universos. Por lo tanto, el SCI Marcos es un ciberguerrillero porque pelea contra el orden vigente y con sus tácticas comunicacionales subvierte el poder de “los de arriba”, sus estrategias de guerra son retomadas por otros grupos en el mundo que las recrea y se suman a la lucha en un mismo territorio y tiempo con las mismas armas que sostienen el orden; porque si Marcos peleara con las estrategias y tácticas de la modernidad su lucha ya estaría perdida.

El enunciado ciberguerrillero está compuesto por dos términos: el prefijo ciber que remite a Internet y el concepto guerrillero, que en el SCI Marcos remite al Comandante Revolucionario Ernesto “Che” Guevara. Por lo que, el ciberguerrillero surge en la sociedad de información para subvertir, descomponer y quebrar el orden vigente, a través de las armas más sofisticadas y de mayor alcance del planeta como son las nuevas tecnologías y los medios de comunicación. El Subcomandante Insurgente Marcos personifica nuestra definición con las características y elementos que aporta, los cuales hemos analizado en este trabajo.

Finalmente, el ciberguerrillero que ha hecho de la visibilidad una condición esencial para la lucha, es decir, para las estrategias de comunicación política del EZLN; es emboscado por el poder de las elites en su propio territorio virtual y con sus propias armas: la contravisibilidad que también circula por la Red. En nuestro análisis hemos podido comprobar cómo es desvirtuada la información zapatista o se niegan los hechos o se da falsa información sobre los datos, “infiltrados” que se hacen pasar por personas que pertenecen al movimiento o a las bases y juegan con que son y no son el “Sup”. Estas estrategias principalmente las hemos comprobados en las redes sociales, después de haber mantenido un contacto considerablemente extendido, alrededor de nueve meses.

La comunicación autónoma durante la sexta

Dos de las características que mejor definen al zapatismo son sus contradicciones y paradojas. En el apartado sobre las aplicaciones Web.2 enumeramos y comentamos a cada una de estas: páginas web, correo electrónico, videos en YouTube, blog, Twitter, Facebook y teléfono satelital, solo las dos primeras y la última se inscriben en lo que hemos denominado la segunda etapa, la Ciberguerrilla; en tanto las restantes se desarrollan en la tercera etapa, la Sexta, las cuales pertenecen a un Nuevo Orden Mundial. Es en esta última donde se produce la mayor circulación de mensajes zapatistas, ya que el SCI Marcos deja de ser el único productor de contenidos web y comienza a interactuar el prosumidor.²⁶ Por lo que, el prototipo del ciberguerrillero da paso a la nueva estrategia la comunicación autónoma, que tiene su origen en la *Sexta Declaración de la Selva Lacandona* (2005). Este quiebre de época lo podemos constatar en cada una de las estrategias que hemos estudiado (la imagen, los símbolos, el discurso, y la máscara), las cuales nos conducen a un mismo resultado el sincretismo comunicacional (v. Sandra Dellara, 2007).

En febrero del 2013 el SCI Marcos sorprende con un nuevo comunicado perteneciente a la serie: “*ELLOS Y NOSOTROS. VI.- Las Miradas. Parte 4: Mirar y comunicar.*” En el mismo da cuenta de los mínimos aparatos de tecnología con que contaban al estallar el conflicto armado (1° de enero de 1994) y los contrapone a los argumentos de aquellos que lo consideraron una ciberguerrilla:

“Les cuento que en ese entonces se empezó a decir que la del EZLN era la primera guerrilla del siglo XXI (sí, nosotros que usábamos todavía la coa para sembrar la tierra, que de la yunta de bueyes –sin agraviar– sabíamos de habladas, y que el tractor sólo lo conocíamos en fotografías); que el *supmarcos* era el guerrillero cibernético que, desde la selva lacandona, lanzaba al

²⁶ Paul Saffo, “le da un nombre a este nuevo ser digital. Un ciudadano que ya no es consumidor, usuario, espectador ni invitado solamente. Es un *prosumidor* (*prosumer*): una alquimia entre productor y consumidor. “Una nueva categoría del ser humano que, con el advenimiento de la tecnología, participa activamente en la creación de los contenidos que luego utiliza” (en Daniel Ivoskus, 2008:67).

ciberspacio las proclamas zapatistas que darían la vuelta al mundo; y que contaba con comunicación satelital para coordinar las acciones subversivas que se realizaban en todo el mundo./ Sí, eso se decía, pero [...] el “poderío cibernético zapatista” que teníamos era una computadora de ésas que usaban los discos flexibles grandotes y tenía un sistema operativo DOS versión menos uno punto uno. Aprendimos a usarla con un tutorial de ésos de antes, no sé si todavía existen, que te iban diciendo qué tecla debías oprimir y se escuchaba una voz que decía, con acento madrileño, “¡Muy bien!”; y si te equivocabas te decía “¡Muy mal, idiota, vuelve a intentarlo!”. Además de para jugar *pacman*, la usamos para la “Primera Declaración de la Selva Lacandona”, que reproducimos en una de esas viejas impresoras de matriz de puntos, que hacía más ruido que una ametralladora. El papel era de rollo y se atoraba a cada rato, pero tenía papel carbón y lográbamos imprimir 2 tantos cada varias horas. Hicimos un chingo de impresiones, creo que como 100. Se repartieron a los 5 grupos de mando que, horas después, tomarían 7 cabeceras municipales del suroriental estado mexicano de Chiapas. En San Cristóbal de Las Casas, que fue la que me tocó tomar a mí, rendida la plaza a nuestras fuerzas, fuimos pegando con *masquinteip* (o como se diga) las 15 que nos tocaban. Sí, ya sé que no sale la cuenta, que deberían haber sido 20, pero las 5 faltantes a saber dónde quedaron”.

Además, el SCI Marcos, en el mismo artículo niega tener cuenta de *Twitter*, *Facebook*, correo electrónico, telefónico, o apartado postal, y sobre las aplicaciones que aparecen en la página electrónica, Enlace Zapatista, sostiene que estas: “son de la página y estos compas nos apoyan y nos mandan lo que reciben, así como ellos mandan lo que enviamos”. Ironiza sobre sus usos y dice:

¿El teléfono satelital con el que el Sup se comunicaba con “*el terrorismo internacional*”? Un *walkie talkie* con alcance máximo de 400 metros en terreno plano (por ahí deben andar todavía fotos del “guerrillero cibernético” ¡já!). Así que ¿internet? En febrero de 1995, cuando el ejército federal nos perseguía (y no precisamente para una entrevista), la pc portátil quedó botada en el primer arroyo que vadeamos, y los

comunicados de esa época se hicieron en una máquina de escribir mecánica que nos prestó el comisariado ejidal de uno de los pueblos que nos protegieron./ Eso era el poderoso equipo de alta tecnología que poseíamos entonces los “guerrilleros cibernéticos del siglo XXI”./ Lamento de veras si, además de mi ya maltrecho ego, destruyo algunas ilusiones que luego se crecieron por ahí, pero así fue, tal y como se los cuento ahora.

Las fotos del guerrillero cibernético las hallamos en los archivos de la prensa nacional e internacional o en las que circulan por Internet, que en su carácter de documento revelan la contradicción expuesta por Marcos. Entonces, cómo negar lo que ha sido (un prototipo) y para lo que fue diseñado. Solo cabe una explicación: el zapatismo necesita comunicar su nueva estrategia la comunicación autónoma, la cual se caracteriza por la participación y la horizontalidad. Por otra parte, el SCI Marcos indica no solo la gran ruptura de una etapa que coloca en un pasado –lo narrado lo hace en formato de historia semejante a las historias del Viejo Antonio en cuanto al uso el tono– sino, que, Internet ha dejado de ser una estrategia innovadora, singular y subvertida para el zapatismo. Hoy, la clase política mundial ha tomado posesión y poder del espacio virtual, principalmente para atraer y movilizar a segmentos del electorado que no siguen la información por los medios tradicionales, por ejemplo: las campañas electorales del presidente de Estados Unidos Barack Obama (v. Rahaf Harfoush, 2009). Tal vez, en estos tiempos, lo transgresor para los zapatistas resulte de una Comunicación Humana generada para el hacer común de los Municipio Autónomos Rebeldes Zapatistas (MAREZ) y en solidaridad con todos aquellos que Marcos llama: “los de abajo.”

Los zapatistas vuelven a dar un salto estratégico en el diseño y planificación de su comunicación política logrando, nuevamente, diferenciarse de los poderosos. Mientras tanto, en plena crisis neoliberal las clases políticas mundiales circulan por las pantallas del poder reproduciendo y ostentando su poderío. Lejos de los principios de la manipulación y la coacción, que propone cualquier manual de comunicación política en estos tiempos, los zapatistas escriben su historia diaria con la autonomía de la comunicación.

Tres cuestiones para tener en cuenta sobre la nueva estrategia de los zapatistas: a) La negación de poder escribir en *Twitter*, b) la confianza en “otros” medios y c) la autonomía de los *prosumidores*. Dice el SCI Marcos:

“Fuera de Durito, ninguno de nosotros ha podido resolver el reto de hacer un comunicado *twit*. Frente a los 140 caracteres, no sólo soy un inútil, tan cayendo y recayendo en las comas, (los paréntesis), los puntos suspensivos... y se me va la vida y me faltan caracteres. Creo que es improbable que pueda hacerlo algún día. Nosotros, nosotras aprendimos. Durito, por ejemplo, ha propuesto un comunicado que se ajusta al límite del *twit* y que dice: **123456789 123456789 123456789 123456789 123456789 123456789 123456789 123456789 123456789 123456789 /Pero** el problema es que el código para descifrar el mensaje ocupa el equivalente a los 7 tomos de la enciclopedia ‘Las Diferencias’, que la humanidad entera lleva escribiendo desde que inició su pesaroso andar sobre la tierra, y cuya edición ha sido vetada por el Poder”.

Por un lado, la guerra de la palabra que libran los zapatistas como estrategia de lucha y resistencia no puede ser viable en formato Twitter, no solo por lo sintético del género (140 caracteres) sino por la incompreensión y la fragmentación que produce en el discurso insurgente. La historia de la opresión latinoamericana de las que ellos se sienten herederos no puede luchar contra el poder con sus mismas armas y en el mismo terreno, ya que no son funcionales al poder ni por adhesión ni por oposición. Y por el otro lado, los prosumidores – todas esas personas, organizaciones y movimientos que adhieren a la Sexta– son las que posibilitan la circulación del discurso zapatista en las redes, por lo que la estrategia de visibilidad sigue vigente. Sostiene Marcos:

“Confiamos mucho a los medios libres y/o libertarios, o como se diga, y a las personas, grupos, colectivos, organizaciones que tienen sus propios modos para comunicarse. Personas, grupos, colectivos, organizaciones que tienen sus páginas electrónicas, sus blogs, o como se diga, que le dan un espacio a nuestra palabra y, ahora, a las músicas e imágenes que la acompañan. Y

personas o grupos que tal vez ni *compu* tienen, pero aunque sea platicando, o con un volante, o un periódico mural, o rayando un grafiti o un cuaderno o un transporte colectivo, o en una obra de teatro, un video, una tarea escolar, una rola, una danza, un poema, un lienzo, un libro, una carta, miran las letras que nuestro corazón colectivo dibuja./Si no nos pertenecen, si no son parte orgánica nuestra, si no les damos órdenes, si no los mandamos, si son autónomos, independientes, libres (que quiere decir que se mandan ell@smism@s) o como se diga, ¿por qué lo hacen entonces?”.²⁷

En esta última etapa es llamativo el caudal de información zapatista que circula por Internet. Las redes sociales que difunden la praxis zapatista son adherentes de la *Sexta Declaración de la Selva Lacandona* y en su afán de difusión publican enunciados como:

Banner que circula en las redes sociales construido con enunciados del SCI Marcos y de los propios ciberactivistas.

Es interesante señalar el uso que hacen del banner, ya que funciona como una cita.

Más allá del juego intertextual, la composición del mensaje y el uso de la foto del Subcomandante Insurgente Marcos, que data del año 2001 no del 2013 momento de circulación del banner. Estas redes son autónomas y rompen con el esquema verticalista de la comunicación institucional. Pero en algunos casos la falta de datos y citas de los documentos del EZLN originan una nueva problemática: una sobreinformación fragmentada que distorsiona el sentido del mensaje. Es cierto que el prosumidor no tiene porque conocer las reglas intrínsecas del periodismo o la investigación, aunque debe asumir responsabilidad frente a lo que publica. Si la nueva era se caracteriza por el caos informativo es derecho/deber de todas las redes ir desentrañando el caos. Por lo que, consideramos indispensable como política de comunicación de los adherentes chequear la información

²⁷ Subcomandante Insurgente Marcos: *ELLOS Y NOSOTROS. VI.- Las Miradas. Parte 4: Mirar y comunicar*” (febrero, 2013).

antes de publicarla y compartirla como, así también, señalar si la información es institucional o completar sus datos.

Desde el diseño de una contracomunicación hallamos una sistemática propaganda política en YouTube, que, en videos de no más de diez minutos, argumentan un mensaje plagado de infamias y distorsiones sobre la figura del SCI Marcos y el EZLN. Por ejemplo: *Responde Marcos a Peña Nieto* –subido en 2013– y *El Subcomandante Marcos es una farsa* –año de producción 2006, subido en diciembre del 2013–, ambos videos presenta la figura del SCI Marcos como un impostor que aliado al poder del PRI, específicamente al ex presidente Carlos Salinas de Gortari, habrían planificado el levantamiento de 1994 para sus propios fines. Desde otro lugar y con otras intenciones, el video producido por *Anonymus* en el que leen un supuesto comunicado: “El EZLN convoca al pueblo de México a un golpe de Estado”, el cual circula por Internet, aclara el locutor que, difunde y reproduce un texto apócrifo. Por lo que el cibernauta es presa de la distorsión, la confusión y en algunos casos de la chabacanería.²⁸

Conclusiones

Con referencia a las estrategias y tácticas de comunicación desarrolladas por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional en el uso de Internet hemos podido constatar que la segunda etapa –la Ciberguerrilla– se caracteriza por una fuerte presencia de los insurgentes en el espacio virtual. Ya hemos descrito el impacto que produce la ciberguerrilla, no solo en el zapatismo sino en otros movimientos mundiales, organizaciones o sindicatos, como así también la fisura que realiza en el poder que no ha podido resolver los efectos de esta nueva guerra de redes. Internet se constituye como el nuevo campo de lucha para los zapatistas y no solo les ofrece a los insurgentes un complemento en cuanto a los medios tradicionales sino que les ofrece la posibilidad de innovar en la

²⁸ El pasado 11 de noviembre del 2013 en el sitio web *Todos somos Marcos* postea: “Siete principios del zapatismo”: 1.- Servir y no servirse/ 2.- Representar y no suplantar/3.- Construir y no destruir/4.- Obedecer y no mandar/5.- Proponer y no imponer/ 6.- Convencer y no vencer y 7.- Bajar y no subir. El banner omite señalar que estos son los Principios del gobierno zapatista, además de no indicar otros datos. A partir que le señalamos el error, la página comenzó a indicar las direcciones electrónicas de los documentos y la fecha.

comunicación, tal como hicieron los rebeldes con las Web.2.0 y Web 1.0. Con las nuevas aplicaciones la guerra de redes encuentra su verdadero campo de batalla como puede ser Facebook.

En la tercera etapa –la Sexta– las bases, las organizaciones sociales, los movimientos sociales y, por supuesto, un nuevo actor social, las Juntas del Buen Gobierno, comienzan a producir sus propios contenidos rebeldes y este cambio va acompañado de las aplicaciones Web 2.0, es decir, hay una correspondencia entre tecnología, insurgencia y usuario, que en conjunción construyen las nuevas estrategias de comunicación rebelde. El Subcomandante Insurgente Marcos actualiza su lucha de acuerdo a los cambios políticos que toman el Ejército Zapatista de Liberación Nacional y las Juntas del Buen Gobierno, los cuales no están ajenos a los cambios tecnológicos, tal como demostramos con los usos de la Web. 1 y la Web. 2.

A partir de la irrupción del espacio público los zapatistas han hecho todo lo posible para visibilizar su lucha y su mundo, ahora es el destinatario quien debe visibilizarlos y lo hace con: a) Una explosión de sitios que adhieren al zapatismo, como ningún otro grupo insurgente de Latinoamérica. b) La implementación del nuevo portal *Enlace zapatista* que a partir de la *Sexta Declaración de la Selva Lacandona* comienza a difundir y administrar toda la información. Sin embargo, este cambio de lógica zapatista no ha sido totalmente entendido por los destinatarios que, muchas veces “perezosos” para comprender las mutaciones del fenómeno y otras por creer ya saber todo acerca del movimiento, han ignorado estas tácticas y acusado a los zapatistas de: “no saber cómo seguir”, de estar “desapareciendo” o estar “autoeliminándose” por no hacer las alianzas políticas necesarias.

En uno de los últimos comunicados el Jefe militar del Ejército Zapatista de Liberación Nacional señala las escasas visitas recibidas al sitio JBG –Junta del Buen Gobierno– como resultado de la incompreensión de los destinatarios sobre el nuevo momento político zapatista. Pese a esto el mensaje zapatista circula por la Red y las redes sociales se multiplican y fortifican cada día más. Por otra parte, no se ha entendido que el SCI Marcos acompaña el proceso de escritura junto al de autonomía de los municipios. Es precisamente esa autonomía la que es llevada al campo de la comunicación como

una invitación a la participación ciudadana para que se organice: “desde abajo y a la izquierda” y el campo de la comunicación política no queda fuera de la lógica superadora zapatista. Marcos no se silenció, está bajo la autonomía zapatista construyendo una comunicación autónoma y participativa, es decir, todo el que quiera información debe autogestionarla por “los otros medios” y “el otro contenido”.

El Subcomandante Insurgente Marcos es el primer estratega en usar los beneficios del espacio virtual para el desarrollo de la comunicación política rebelde. Sin embargo, su praxis, como hemos observado, no se circunscribe solo a este espacio sino que alcanza los otros espacios. Marcos antes del uso de la Web 2.0 conoció los beneficios de la Web 1.0 y el correo, pero no se pudo quedar solo con eso sino que actualiza su lucha de acuerdo al creciente avance tecnológico, es decir, en Marcos hay una permanente transformación en imagen, discurso y tecnología y en concordancia con la época. Para el Subcomandante Insurgente Marcos estar en la Red es “tejer una red” con el resto de los usuarios. Marcos ha comprendido, mucho antes que otros referentes o políticos, que los cibernautas que usan Internet quieren consumir información al mismo tiempo que producirla. La horizontalidad, la participación y la interactividad son la base de esta comunicación autónoma y rebelde por Internet.²⁹

En *Memorias de la comunicación*, Héctor Schmucler escribe: “En nuestros días la comunicación atraviesa a la sociedad entera, aunque resulta cada vez más difícil señalar un lugar preciso que dé cuenta de sus límites conceptuales” (1997: 27). La comunicación que nos amalgama es la misma que nos impide una aguda reflexión como sociedad, sin embargo, el Subcomandante Insurgente Marcos puede ser el portavoz y el *aleph* en los tiempos de oscuridad del pensamiento, aunque las imágenes pululen por doquier.

Bibliografía

Arquilla, J., y Ronfeld, David. (2003) *Redes y guerras en red. El futuro del terrorismo. El crimen organizado y el activismo político*. Madrid: Alianza.

²⁹ Hemos incluido este párrafo del análisis por considerarlo sumamente esclarecedor de nuestro objeto de estudio.

- Benedetti, M. (2000) *El cumpleaños de Juan Ángel*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Boron, A. (2012). *América Latina en la Geopolítica del imperialismo*. Buenos Aires: Luxemburg.
- Canel, M. (2006). *Comunicación Política. Una guía para su estudio y practica*. España: Tecnos.
- Castells, M. (1999). *La era información*. México. *Economía sociedad y cultura*. VOL I y II. México: Siglo XXI, 1996.
- Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Crespo, I., y otros (2011) *Manual de comunicación Política y estrategias de Campaña*. Buenos Aires: Biblos.
- De Ipola, E. (1982). *Ideología y discurso populista*. México: Folios.
- Durán, J., y Nieto, S. (2011). *El arte de ganar*. Buenos Aires: Debate.
- Durán, M. (1996). *Yo, Marcos*. México: Nuevo Milenio.
- Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Ediciones La Flor.
- Harfoush, R. (2008). *Yes We Did: An Inside look at How Media Built the Obama Brand*. Berkeley: New Riders.
- Ivoskus, D. (2008) *Vivir Conectados. Sociedad política y comunicación en la era digital*. Buenos Aires: Grupo Norma.
- McCombs, M. (2004) *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España. Paidós.
- Monzón, C. (1996). *Opinión Pública, Comunicación y política. La formación del espacio pública*. Madrid: Tecnos.
- Portilla, M. (1961). *Los antiguos mexicanos a través de sus crónicas y cantares*. México: Fondo de Cultura Económico.
- Portilla, M. (1963). *Imagen del México antiguo*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Ramonet, I. (2001). *Marcos la dignidad Rebelde*. Buenos Aires: Le Monde Diplomatique.

Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Capital intelectual: Buenos Aires.

Schmucler, H. (1997). *Memorias de la comunicación*. Buenos Aires: Gedisa.

Schöeder, P. (2004). *Estrategias políticas*. México: Fundación Friedrich Naumann.

Subcomandante Marcos y Taibo II, P. (2005). *Muertos incómodos*. Buenos Aires: Planeta

Sun T. (2006). *El arte de la guerra*. Argentina: Terramar ediciones.

Thommpson J. (1998). *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios*. Buenos Aires: Paidós.

Violi, P. (2008). “Espacio público y espacio privado en la era de internet. El caso de los blogs”. En *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 13, Madrid: Universidad Complutense. p. 39-59.

Walsh, R. (2000). *Operación Masacre*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Wolfgang, V. (1968). *Los Reinos del Sol. Aztecas, Mayas, Incas*. Barcelona: Labor.

Womack, J. (1991). *Zapata y la Revolución Mexicana*. México. Siglo XXI, 1969.

Hemerografía

Bartra, A. (1997). “Chiapas, Aleph”. *Revista Chiapas* n° 4. México: Era.

Boron, A. (2001). “La selva y la polis. Reflexiones en torno a la teoría política del zapatismo”. *Revista OSAL El zapatismo y los derechos de los pueblos indios*. N° 4. Pág. 177-185. Bs. As: CLACSO.

Boglione A., Dellara, S. (2006). “Subcomandante Marcos: un mito posmoderno”. *Revista Designis* n° 9. Madrid: Gedisa.

Holloway, J. (2001). “El zapatismo y las ciencias sociales”. *Revista OSAL El zapatismo y los derechos de los pueblos indios*. N° 4. Pág. 171-176. Buenos Aires: CLACSO.

Montemayor, C. (1998). “EZLN, *La rebelión indígena de México*”. Revista *Casa tomada* n° 7. Rosario: Juglaría.

Moreno, O. (1994). *El conflicto de Chiapas*. Revista *La Guillotina* n° 28. México.

Sabada, I., y Roig, G. “Territorio virtual para los movimientos sociales y la acción política”, en Marí Sáez, V. (coord.). (2004). *La red es de todos. Cuando los movimientos se apropian de la red*. Madrid.

Diarios

Harvey, N. (2005). “Apuestas y riesgos en la Sexta Declaración de la Selva Lacandona”. Diario *La Jornada* (10/07/2005). Demos: México

Artículos de Internet

“Autonomía y Municipio” (2003). México: <http://WWW.EZLN.ORG/>.

Documentos del CCRI-GG del EZLN y del Subcomandante Marcos(1994-2005).México: <http://WWW.EZLN.ORG/>.

Castells,M.“Manuel Castells sobre movimientos sociales, luchas de clases y democracia”. En www.atilioboron.com.ar/2013/08/manuel-castells-sobre-movimientos.htm

De la Guardia, C. (1999).“EZLN y la guerra en Internet. Entrevista a Justin Paulson”, *Razón y Palabra*. México.

Díaz, H. (1998). “Derechos indígenas en la actualidad”. Revista *Memoria* n° 17. México
<http://www.memoria.com.mx/117mem05.html>.

García, A. (2003).“El zapatismo: indios insurgentes, alianzas y poder”. (año IV no.12) *OSAL*. Buenos Aires: CLACSO Editorial.
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/osal/20110227103042/14d2linera.pdf>

García, W. (2001).“El submundo literario del Subcomandante Marcos”. *Rebelión*: México: http://.rebelion.org/cultura/literatura/sub_200301.htm.21.

Karam, T. (2000). “El Subcomandante Marcos y el horizonte de la traducción intercultural”. *Razón y Palabra* n° 18. México.

Ravela, P. (2005). “La pasión revolucionaria”. *Razón y Palabra*, n°25. México.

Rondfelt, D. (1995). “The battle for the mind of Mexico”, publicado electrónicamente en junio de 1995 en la *home page de RAND Corporation*.

<http://www.eco.utexas.edu/homepages/faculty/cleaver/chiapas95/netawars>

Entrevistas

Entrevista de Gabriel García Márquez al Subcomandante Marcos (2001). “Habla Marcos” Revista *Cambio*. México <http://www.Cambio.com.co/web>.

Indignación y movilización. Análisis y consideraciones sobre los movimientos indignados: una experiencia virtual de los movimientos sociales

Carlos Israel Ham Ramírez³⁰

Introducción

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS hemos visto como Internet ha servido para unir los puntos del mapa bajo conceptos y experiencias de vida similares. Los movimientos sociales surgidos desde la Primavera Árabe hasta las movilizaciones de indignados han llamado la atención de las ciencias sociales como el centro de mira de los nuevos sujetos revolucionarios. Si bien es cierto que se han construido nuevos valores de referencia colectiva y experiencias sociales de movilización, el análisis no puede pasar sin mirar las generalidades tanto en lo propositivo como en los retos de la construcción de nuevos sujetos revolucionarios.

El objetivo de este trabajo no es hacer una narración de los movimientos, sino dar algunas hipótesis sobre la interpretación de

³⁰ Carlos Ham. Sociólogo egresado de la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco. Ha participado en foros, coloquios y congresos nacionales e internacionales sobre ciencia política y sociología. Los temas de investigación que trabaja son relacionados al sistema político, el presidencialismo, movimientos sociales enfocados desde la cultura política. Contacto en hamcarlos16@gmail.com

éstos en la trascendencia del orden mundial. Si bien sirven como punto de partida para interpretar la realidad social que vivimos, la dinámica de movilización social y los instrumentos o herramientas que han permitido la formación de nuevos paradigmas en el estudio de los movimientos sociales, el objetivo es mirar qué puede trascender, que similitudes comienzan a gestarse y que opciones tenemos para interpretar de forma general las cualidades de los movimientos indignados.

En las siguientes líneas intentaré acercar al lector a una interpretación de los movimientos indignados desde la transformación de la realidad social por medio de la comunicación –el papel que desempeña me parece fundamental– y de cómo al cambiar el proceso de pasivo a activo o mejor dicho interactivo, se gestan nuevas relaciones y opciones de cercanía, de dinámica y de movilización.

Después abordaré una recurrencia teórica por observar las generalidades que considero cualitativas en los movimientos indignados. Las formas de organización, los dilemas que enfrentan, las necesidades y los orígenes desde los que parten. De la mano a esto irá la construcción del nacimiento de las movilizaciones como un despertar en el quehacer de la nueva política.

Ya no es necesario recorrer el mundo para conocer y enterarse de las desigualdades, problemáticas, tristezas y alegrías que sucumben al mundo. Sin embargo es necesaria la presencia física para vivir el contenido de las bases de comunicación. Llamo indignados a los movimientos sociales ocurridos en España y Estados Unidos de mayo del 2011 a mayo del 2012.

1. La comunicación

Los primeros años de la segunda década del Siglo XXI nos han mostrado que la forma en que los cambios sociales acontecen será un reto académico para estudiarlos, interpretarlos y definirlos. La velocidad con la que se presentan dichos cambios, la reducción de las distancias virtuales en que suceden los procesos sociales, el intercambio y acceso a la información así como las presencias y

adopciones culturales de una región en otra resultan ser los retos principales para conocer el mundo social que nos rodea.

En este sentido uno de los fenómenos sociales que se ha visto sustancialmente transformado por estas circunstancias es el de los movimientos sociales. Principalmente y para fines de este artículo me enfocaré en visualizar algunas semejanzas entre los movimientos conocidos como “indignados” y sus experiencias española y estadounidense. No se tratará solamente del análisis de los movimientos sociales y las nuevas formas de interacción, si no de la construcción del nuevo Sujeto, de la otoriedad virtual y la trascendencia de lo local en relación al espacio global.

Si la globalización trajo consigo la idea de romper y eliminar las fronteras –principalmente económicas– para facilitar la conexión entre sociedades, Internet ha vuelto posible, en todo caso, que la comunicación trascienda las fronteras del mundo real. Desde la virtualidad se vive, se experimenta, se relaciona, comunica y conoce. Básicamente se desarrollan procesos de acceso, divulgación y tratamiento de la información.

Internet incide cada vez con más fuerza en la vida diaria de la sociedad. La comunicación alternativa a los medios tradicionales, la difusión de contenidos, experiencias de vida, pensamientos, sentimientos desde la cotidianidad nos demuestran una nueva forma de experimentar la vida. Las personas se acercan en cuanto que se comunican a mayor velocidad y con mayor prontitud. La vida se comparte en el espacio físico y virtual. Si bien Internet y las nuevas tecnologías de la información han tenido gran incidencia en la vida diaria, es también cierto que la vida política de las sociedades se ve afectada. Internet no ofrece solo un acercamiento de los partidos hacia los ciudadanos, sino una nueva vía de acercar las demandas de los ciudadanos a la agenda política y a la movilización social (Ortuño, 2013). Prueba de ello es la relevancia para las ciencias sociales de la llamada Primavera árabe y los indignados. La conexión y la posibilidad de coordinar los aspectos más íntimos de la vida desde la palma de la mano es una realidad que supera la ciencia ficción previa

al final del siglo XX. La sociedad comienza a moverse y desarrollarse en dos mundos, el virtual y el real.

Al mismo tiempo que la vida personal se transforma, las relaciones sociales se complejizan. La dinámica de los intercambios acelera el flujo de la información. Podemos estar informados a tiempo real, pero del mismo modo podemos interaccionar con el resto de los usuarios a través de nuestros propios contenidos, comentarios u opiniones (Ortuño, 2013).

Las instituciones de la sociedad se ven afectadas por la forma en que las interconexiones sociales se realizan. Tanto las relaciones entre individuos como de individuos con las instituciones comienzan a transformarse. El acceso y la participación de la ciudadanía tiene un nuevo canal para influir en la construcción de referentes de poder, “...las relaciones de poder constituyen el fundamento de la sociedad porque los que ostentan el poder construyen las instituciones de la sociedad según sus valores e intereses” (Castells, 2012: 22). Desde estas relaciones de poder se construye el orden, se jerarquiza la sociedad y se da funcionamiento a las instituciones.

El cómo nos comunicamos determina cómo nos relacionamos en cuanto seres humanos (Dalziel, 1968: 438). Las personas actúan una sobre otra intercambiando significados. Las instituciones actúan sobre la sociedad intercambiando significados, dirigiendo contenidos y comunicando las ideas básicas que permitan al poder mantener el orden necesario para la reproducción de la vida en sociedad. En la situación “de masas” queda severamente restringida toda posibilidad de respuesta (Tudor, 1974: 27). Si bien existen los mecanismos de respuesta, las elecciones, consultas populares, movilizaciones y campañas, la comunicación y la interacción entre individuos, colectivos e instituciones de poder, está severamente restringida a un canal unidireccional de comunicación.

La construcción de significados mediante la interconexión funciona en la comunicación, para ello el lenguaje toma un papel fundamental en la comunicación, se acompaña del proceso de intercambio de mensajes. Se articula y estructura para que las ideas puedan ser entendidas por otros. Es el primer vínculo con el otro, la forma

primaria de interacción. En virtud de esta interacción es imposible establecer formas aisladas, cada locutor depende de su audiencia. Se supera entonces la bipolaridad yo/tú y se reconoce la forma complementaria del otro. (Benveniste, 2004 [1971]) De igual forma se presenta esta relación en el orden jerárquico del líder/masa.

Si lo fundamental en un mensaje es que llegue de forma clara, concisa y directa al interlocutor, en otras palabras aquello que se quiere dar a entender, que sea entendido. Entonces estamos ante otra problemática que se encuentra dentro del estudio de la relación entre el lenguaje y lo político.

El discurso se puede entender de una forma entre iguales, en una línea horizontal y tener un sentido completamente diferente en una relación vertical donde el líder transmite ciertas ideas, o recibe ciertas peticiones.

Siguiendo la lógica del análisis sobre la relación entre el líder, la masa y el lenguaje, nos encontramos que el discurso adquiere su peso específico en cuanto que las palabras vinculan afectos, emociones, pensamientos e ideas que, en un caso práctico, buscan representar aquello que emana de la sociedad (Gutiérrez, 1990). El líder entonces corre con la responsabilidad de saber acomodar las palabras en el lugar y momento ideal para transmitir así su mensaje y obtener la respuesta esperada que en todo caso es la aceptación de la masa.

La capacidad del lenguaje y del medio vienen definidas también por el comunicador: él sabe lo que es bueno para el público. Y esto no es sino dictadura paternalista o totalitarismo, según las preferencias políticas de cada cual (Tudor, 1974: 29).

Cuando la comunicación y el intercambio de significados arropan y dirigen la fundamentación del poder, es necesario definir un contra poder. Para tal efecto el primer lugar de resistencia está en la comunicación, en la construcción de significados que redefinan las posiciones de poder. La lucha fundamental por el poder, es la batalla por la construcción, transmisión e implantación de significados en las mentes (Castells, 2012). Cuando cada individuo adquiere el carácter

como comunicador, desde su computadora, celular, o demás equipo electrónico, se quita el lugar de “peón” que está a expectativa y reserva de lo que pase y le comuniquen. Lucha de dos contenidos significantes: el “popular”, que expresa los anhelos íntimos de la mayoría dominada, y el específico, que expresa los intereses de las fuerzas dominantes (Zizek, 2010: 19). Los significantes conflictivos alineados entre las necesidades e intereses de la población y el poder acumulado de las élites son el eje fundamental de la discusión de los movimientos 15M y Ocuppa Wall Street.

Es entonces necesario apuntar que uno de los grandes aportes de los movimientos sociales más reciente es que se configuran alrededor de procesos de comunicación e interacción más horizontales, con mayor inclusión y espacio de discusión, además de que son más dinámicos, ágiles y directos.

Los movimientos sociales siempre han dependido de la comunicación, panfletos, sermones, manifiestos, divulgaciones que se hacían de persona a persona o de líder a las masas.

“cuanto más interactiva y autoconfigurable sea la comunicación, menos jerárquica es la organización y más participativo el movimiento. Por eso los movimientos sociales en red de la era digital representan una nueva especie de movimiento social” (Castells, 2012, p. 32).

En las redes sociales no todos se conocen, son como extraños que interactúan por primera vez. Anónimos con fines compartidos, con direcciones similares, situaciones de vida equivalentes y pensamientos recurrentes que los sitúan en discusiones y contenidos de información que los acercan.

El “individuo del medio” es la suma del anónimo, el sujeto interpasivo capaz de transformar su virtualidad en acción y de llevar su acción a la virtualidad de las relaciones. No deja de ser pasivo-receptivo, pero añade la capacidad transformadora de experiencias en información, volviéndose activo-compartido.

El movimiento, o los movimientos más bien, nacen en la red. Plataformas de Facebook, Twitter y Tumblr como principales canales de comunicación alternativa. El espacio cibernético es a la vez acogido como la apertura de nuevas posibilidades del pensamiento salvaje y temido como anuncio del fin del pensamiento propiamente dicho (Žizek, 1998). La velocidad de la interacción parece situar más importancia en el contenido y en la acción que en el pensamiento y en el canal de comunicación. Se sabe que algo está mal, que las cosas no funcionan pero se carece de la cercanía a los procesos propios de una transformación.

El eslogan del espacio cibernético es naturalmente la interactividad... la contemplación de un texto o de una obra de arte está terminada; yo no me conformo con mirar fijamente la pantalla, yo interactúo progresivamente con la pantalla (Žizek, 1998). Internet es un espacio neutro que depende de quienes le den uso, qué uso le dé y la dirección en que lo encamine, se genera así una interacción que convine la propuesta del comunicador y la respuesta de la audiencia. Dicha interacción vuelve real la comunicación y la participación en el mundo virtual. El espacio físico sigue siendo necesario por eso mismo “la intención de las asambleas es abrir espacios físicos donde la gente pueda expresar sus preocupaciones y deseos, y hacerlo a través de la democracia directa (Sitrin, 2012). La espacialidad de los movimientos es fundamental para explicar su dinámica. La apropiación del espacio público como campo de contestación y lucha política, como lugar físico de respuesta, de expresión y manifestación de inconformidades.

La interacción y la ocupación del espacio son dobles. Desde la virtualidad del ciberespacio se construyen los lazos, la cercanía y el compañerismo necesarios para construir acciones colectivas que en el mundo físico se enfrenten al miedo por cambiar y confrontar las situaciones adversas, de malestar, injusticia y dominación.

Podemos decir entonces que el gran aporte de las nuevas formas de movilización parte del hecho en que transforman las formas de comunicación. Las cuestiones alrededor de la veracidad, la necesidad de vivir experiencias claras y directas con respecto al quehacer

político son fundamentales para comprender la comunicación por la “izquierda” de los medios. El individuo es actor y espectador de la experiencia político-social. En las siguientes líneas buscaré acercar las formas en que dicha participación y comunicación lograron trascender para la formación de los movimientos sociales indignados. De igual forma lanzar algunas cuestiones he hipótesis alrededor de las problemáticas y retos que significan para la convicción de transformar el mundo las formas de organización social de las que se discute.

2. Generalidades cualitativas de la indignación y la acción

La humanidad pasa por una paradoja, en las experiencias sociales se vive que el fenómeno de mayor comunicación en mayor fragmentación. Lo que la sociedad piensa está íntimamente relacionado con lo que la humanidad vive o experimenta. Se ha gestado una dinámica que da mayor relevancia a lo individual, sin estructuras claras y en constante cambio. Se ha gestado una fragilidad que se fundamenta en la incertidumbre. Las instituciones en las que se solía confiar y a las que se les delega la responsabilidad de mantener el orden y la continuidad, tanto política como económica, comenzaron a alejarse de la sociedad y ante a proteger sus intereses ante las constantes crisis financieras, sociales y políticas.

El escepticismo es la raíz de la desconfianza. Se duda de la veracidad de los políticos por resolver los problemas, se duda de la capacidad del sistema por mantener las cosas funcionando para todos. Considero que este es el eje principal de la discusión de los movimientos sociales llamados “indignados”. El señalamiento de la imperiosa desigualdad que se expresa en la diferencia existente entre el 99% de la población “común” y el 1% de la élite gobernante y que decide en nombre de la economía. Según datos del Instituto Federal Suizo de Tecnología en Zúrich 1318 corporaciones dominan la economía mundial gracias a sus interrelaciones. En este instituto James B. Glattefelder, Stefania Vitali y Stefano Battiston identificaron una red mundial de poder económico global que controla el 20% de los ingresos operacionales globales pero que en realidad colectivamente poseen, a través de sus participaciones, una proporción importante de las fábricas del mundo, es decir, de la

economía real, con lo que acumulan más del 60% de los ingresos globales.

Con el lema “Somos el 99%”, nació el movimiento llamado Occupy Wall Street (OWS) en septiembre de 2011 en EE.UU. con el objetivo de denunciar los enormes niveles de desigualdad entre la minoría más rica del país (el 1%) y el resto de los ciudadanos.

El sistema capitalista salvaje y despiadado ha copado los centros de decisión y los gobiernos son marionetas de los intereses de multinacionales que arremeten y especulan sin tener en cuenta la devastación social que generan. A los votantes se les contenta de la mejor manera, incluso con expectativas falsas o irrealizables y a costa de un endeudamiento crónico que se encontrarán las generaciones que precisamente ahora se rebelan (Bonet, 2011).

Si los valores que regían al mundo comienzan a tambalearse, el mundo está en crisis y no sólo económicamente o políticamente. La moral y las cuestiones axiológicas comienzan a ser discutidas con profundidad. La calidad de vida se presenta como el dilema existencial. Vivimos en bajo la condena de que: ¡nos invitan a consumir, a la vez que nos privan de los medios para hacerlo adecuadamente; así que lo estamos haciendo de la única manera que podemos! (Žižek, 2011). La frustración de profesionales sin desarrollo profesional, de empleos sin trabajo funcional, de recortes salariales, recortes industriales, políticas de rescate encaminadas al sector financiero pero dejando de lado el sector popular Este tipo de ideas son las que circularon alrededor de los movimientos sociales mencionados, fueron la razón misma de criticar la funcionalidad del sistema, la respuesta se puede reducir en la siguiente frase: Indignarse es lo menos que se puede hacer en las actuales condiciones.

Ante la mutilación de vidas humanas provocada por el capitalismo, un grito de tristeza, un grito de horror, un grito de rabia, un grito de rechazo: ¡NO! (Holloway, 2005). Los movimientos altermundistas y globalifóbicos de mediados de la década de los 90's es sin duda el antecedente a la indignación. Fueron el aviso de que las cosas no iban por buen camino, que el capitalismo global no traería las mejores

consecuencias para la mayoría de las personas en el mundo. La lección fundamental de la globalización es que el capitalismo puede acomodarse a todas las civilizaciones (Žižek, 2011) y no las civilizaciones a él. Cuando los aparatos de gobierno, el Estado, están obligados a reducir y a dar facilidades a las empresas para que no cierren, generando rescates y sacrificando el interés laboral de sus ciudadanos para evitar que se vayan a otros lugares, difícilmente se les puede exigir, creer, confiar que serán capaces de crear las condiciones necesarias para que hayan empleos dignamente remunerados. El mercado laboral responde a las mismas premisas que cualquier mercado: oferta y demanda, controlado principalmente por las empresas, nacionales o transnacionales, y a éstas no les importa nada más que las utilidades y los beneficios financieros que maximicen la ganancia, no el bienestar de la sociedad. Se puede señalar una causa moral que está en cuestionar la desigualdad del sistema, por qué aquellos que tienen más dinero también tienen el mayor poder político y que el campo de juego no es el mismo para todos (Márquez, 2011). Prevalece una igualdad sólo formal entre ciudadanos pero asentada en –y recubriéndola– la muy real y férrea explotación del obrero por el capitalista (Veraza, 2005, p. 15).

La pregunta puede parecer sencilla, pero la trascendencia de la respuesta es la que nos lleva a este estudio, es la que llevó a vivir la generación “más rebelde de la historia”. Desde el derrocamiento de líderes dictatoriales en Medio Oriente hasta las cuestiones directas sobre el ejercicio de la economía en occidente. ¿Qué hacer? Cuando las acciones individuales basadas en la indignación y estimuladas por un nivel de educación más alto, que no encuentra espacio para desarrollarse satisfactoriamente de forma profesional, sustituye la actividad organizada en masa, es decir, el egoísmo y la necesidad de sobrevivencia personal se sobreponen a los intereses comunes y compartidos: mi situación de un deteriorado desarrollo profesional es la misma que viven mis colegas, mis vecinos, mis compañeros, pero antes de darme cuenta de que es en todo caso una situación generacional o colectiva, antepongo mi necesidad de sobrevivir bajo los medios que dispongo en el espacio social al que pertenezco.

Indignarse no es suficiente para transformar las situaciones globales. Sin embargo la emotividad no debe ser vista como un proceso necesariamente irracional. Es un proceso de construcción de razón sobre una injusticia de construcción de argumentos lógicos que explican los mismos participantes por qué ellos se movilizan (Cefai, 2013). Es el motor necesario para desatar las acciones.

Cuando las emociones en torno a la injusticia se transforman en acción; cuando se trasciende el miedo a través de la ira y se tiene el entusiasmo; cuando existe la esperanza como una posibilidad realizable respecto a un objetivo común de varios individuos en sintonía a partir de la indignación que les provoca la injusticia. Dicha indignación es donde se arraiga la acción colectiva, impulsada por el entusiasmo y motivada por la esperanza (Castells, 2012). El proceso consiste entonces en transformar las emociones en acciones. Llevar la pasividad frente al terror que supone enfrentarse a los miedos desatados desde la comunicación de masas. En este sentido el mundo cibernético y el acceso a los medios de comunicación digitales permite desarrollar una cuestión. La interpasividad.

La interpasividad que consiste en creer o gozar a través del otro, que va desde el ejemplo simplificado de vivir y experimentar a través de otro objeto u sujeto. Ya no es necesario que yo ría al ver la tv. Las risas enlatadas hacen el ejercicio de reír por mí. Para fines de la movilización social, el espectador “dejé de ser yo”. La expresión “todo lo que antes era vivido es hoy representado” (Debord, 1998). No tiene ya validez. Nos encontramos entonces ante el periodo de la historia en que el sujeto, la muerte del yo, se transforma en el renacer del yo como sujeto activo en dos niveles de presencia. No quiero adelantarme a lo que más adelante discutiré sobre la idea de la presencia física y virtual, sino señalar que gracias a la comunicación digital y al desarrollo de la tecnología de telefonía e Internet móvil, las maquinas, celulares, tabletas, computadoras, monitores es pasivas en lugar de nosotros.

Volviendo al punto relevante sobre el papel de las emociones, cabe apuntar que el dolor, el sufrimiento, la carencia, las ínfimas

condiciones materiales, la pobreza no es suficiente, los movimientos son el producto de una organización persistente en el tiempo.

Para el caso del 15M tenemos la experiencia de que el movimiento fue el fruto de un concienciado y concienzudo trabajo de más de tres meses de preparación. Funcionaron muchas consignas y movimientos, el más conocido Democracia real ya, DMRY por sus siglas (Bonet, 2011).

En palabras de Fabio Gándara, la cara más visible de Democracia Real Ya, lo tuvo claro desde el principio, allá por diciembre (de 2010). En el grupo de Facebook en que empezó a nacer el Movimiento 15-M había prisas por convocar movilizaciones: “Algunos dijimos: Vamos a esperar. Organizar una protesta como ésta es difícil. La sociedad civil está dormida. Vamos a esperar tres meses, vamos a trabajar”.

Se organizaron movimientos de información en blogs y otros medios electrónicos con el fin de que la movilización no fuera una espantada espontánea que fuera reducida a la nada. La red ha permitido la construcción de un nuevo espacio de difusión y lucha política, y han sido clave para el éxito de muchas de las actuales movilizaciones (Ortuño, 2013). Se ha convertido en el nuevo sujeto del cambio social. El sujeto en red que es capaz de comunicarse trascendiendo los límites de la comunicación pasiva de masas.

Los medios de comunicación virtual reemplazan el lenguaje nacional con el lenguaje global: Soy yo estando aquí en mi nación, mi barrio, mi comunidad (presencia física) soy yo aquí en la red (presencia virtual) y la red es en todas partes (presencia global). Ante tal situación pareciera complicado gestar espacios de unidad y comunidad. Sin embargo, las emociones son el elemento cohesivo de esta triple presencia. La indignación, la rabia y la necesidad de visualizar un mundo distinto, así como la esperanza de conseguirlo han sido lo suficientemente fuertes como para generar los lazos básicos que hagan de los movimientos sociales una experiencia social como historia de vida colectiva, como construcción de identidad (Tamayo, 2013, p. 358).

¿En qué han favorecido las redes sociales digitales para la transformación de las emociones en acciones del 15M y 17S? Las redes digitales nos permiten ser, al mismo tiempo, locales y globales, genéricos y personales. Es comunicación de masas porque procesa mensajes de muchos y potencialmente puede llegar a un número de receptores; conectarse a incontables redes que transmiten información. Y es comunicación personal porque el emisor elabora, decide, y emite el mensaje de forma autónoma y a ciertos posibles receptores (Castells, 2012). La comunicación digital es reprogramable, veloz, interactiva, dinámica y permite generar condiciones de horizontalidad.

Las redes sociales digitales “en el campo de la comunicación no representa sólo un complemento a los medios tradicionales sino que ofrece oportunidades innovadoras para informar, movilizar y organizar a los nuevos movimientos y hacer pública y relevante la protesta” (Lago Martínez, 2006, p. 7). El mensaje del movimiento llega desde el lugar de la acción en tiempo real. Se comparte como un enlace, imagen o video desde una plataforma digital como Facebook, twitter, tumblr o YouTube, generando contenidos que exponen las ideas y acontecimientos más representativos de los movimientos.

En el nacimiento de los movimientos se cuestiona el papel de las instituciones financieras y políticas para representar a los individuos. Si bien a pesar del desarrollo de las tecnologías de la comunicación el poder sigue residiendo en instituciones y aparatos organizacionales complejos, se presenta con la comunicación multimodal que la toma de conciencia de los ciudadanos acerca de su propio poder constituyente y soberano, es parte del proceso de formación de nuevas formas de ciudadanía y de la formación de nuevas formas de hacer política. El poder es ahora información y se manifiesta en redes de creación, elaboración y distribución/circulación de la información (Rodríguez, 2014). Quien controle la información tendrá el control del poder sobre la sociedad. Sin embargo uno de los paradigmas de la democracia liberar es la distribución del poder, la desconcentración de este y su manifestación en distintos niveles.

El ciudadano del siglo XXI entiende la política y el rol de las instituciones no solo desde la lógica “demandas-soluciones” o del clientelismo, sino también desde la necesidad de la transparencia y del acceso a la información y a los procesos de toma de decisiones, cuestionando de paso las modalidades de participación limitada existentes al presente (Rodríguez, 2014).

Se desafía a las instituciones mediante un contrapoder, la lucha por el poder se encuentra en la batalla por la construcción de significados en las mentes (Castells, 2012). El poder es multidimensional, se expresa y manifiesta en distintas formas, influye y configura la sociedad desde distintos espacios. La cultura política, el sistema político en su conjunto manifiestan las características propias del poder en cada sociedad. Contestarle implica también especificidades de acuerdo al contexto en el que los movimientos se gesten. Como primera instancia de respuesta cabe señalar la autonomía del espacio digital. Nadie lo domina, ni lo controla o lo interfiere para evitar la comunicación.

En nuestros días, la forma predominante del reencuentro violento que, en el encuentro de nuestros instintos espontáneos, nos fuerza a pensar, es el impacto tenaz del espacio cibernético, ciberespacio de la digitalización y de la virtualización de nuestra vida cotidiana (Zizek, 1998). Dicho encuentro entre instintos y razón del espacio condiciona la reacción de transformar las palabras en acciones.

¿Qué ha permitido la configuración del espacio cibernético en espacio físico? En primer lugar la cercanía con el otro, si bien virtual, real. La mundialización de los intercambios, de la información, de las experiencias de vida como contenidos cotidianos de comunicación continua y del uso de las tecnologías TICS, la dilución de las fronteras y las soberanías que ante la crisis del Estado nacional buscan plantear alternativas y propuestas claras, muchas construidas desde los debates y los blogs en línea. Ante esto la emergencia de nuevos movimientos sociales, sujetos, ciudadanos y las nuevas formas de ciudadanía y de identidades que buscan hacerse presentes no sólo en la delegación de responsabilidades o lugares de poder sino como representantes del surgimiento de nuevos actores que en la escena internacional

adquieren un valor trascendente como experiencia, como Otro activo que motiva a mi Yo pasivo a tomar partido en las problemáticas de mi región. Así regiones de países, naciones sin Estado, son parte del escenario fluido y cambiante que caracteriza a la Política en las primeras décadas del siglo XXI (Rodríguez, 2014).

Alrededor del contra poder se gestan como generalidad, movimientos que propugnan formas alternativas o comunitarias de producción y distribución de bienes y servicios. Nuevas formas de colectividad que rompen con el individualismo exacerbado encontrando en el Otro, virtual o físico el acompañante necesario para que la indignación se transforme en acción. Para que la esperanza se transforme en posibilidad y que el nuevo paradigma expresado en los nuevos movimientos sociales emergentes encuentre espacio de fertilización para la nueva ciudadanía, para la transformación de la realidad política, que afecta de forma local con trascendencia global. La crisis política actual en el mundo puede definirse como: la necesidad de una participación democrática de todos los ciudadanos de la Tierra, en su mayoría descartados por una representación fetichizada (Dussel, 2011, p. 11).

Se vive entonces al interior de una sociedad que celebra la posibilidad de elección, pero cuya única alternativa posible al vigente consenso es un ciego acting out (Žižek, 2011). Elección de consumo, elección de representantes, elección de estilo de vida configurado desde la comunicación y la batalla simbólica por establecer el poder. Se elige sin elegir.

3. El despertar

Si bien Holloway advierte que es necesario el grito de rechazo ante la situación real y contradictoria del sistema mundial, es preciso apuntar que hoy la primera tarea es precisamente no sucumbir a la tentación de actuar, de intervenir directamente y cambiar las cosas, sino cuestionar las coordenadas de la hegemonía ideológica (Žižek, 2011). Cuestionar y reflexionar sobre la dirección de los movimientos.

Los movimientos siempre son propositivos, siempre están para señalar que las cosas están mal, y en ese señalamiento son capaces, al menos de sembrar la duda sobre ¿de qué otra forma puede ser? La aparición de Internet provocó un cambio de actitud de los movimientos con respecto a los medios, especialmente en aquellos que tienen su raíz en tiempos previos a la existencia de la web. Antes se comportaban de un modo reactivo, defensivo o pasivo, ahora existe una actividad propositiva y afirmativa (Lago & Marotias, 2007).

Pero, ¿qué proponer? Si bien una característica general de las movilizaciones fue que no tenían como tal un programa definido o acciones claras con respecto al quehacer del movimiento, podemos decir que abordaban las problemáticas basadas en cuatro coordenadas:

- Justicia económica y austeridad.
- Fallo de la representación política.
- Justicia global.
- Derechos.

¿Cómo enfrentar estos problemas? En el desarrollo de los movimientos, de las acampadas, de las marchas, las asambleas, debates y discusiones las metas se fueron construyendo poco a poco. Les movía en origen un descontento (la emoción) de la situación económica y democrática general, pero todas sus reivindicaciones no estaban definidas en un primer momento. Fue a través de las ideas y aportaciones de los ciudadanos en las asambleas, físicas y virtuales, como se fueron configurando poco a poco las reivindicaciones y objetivos por los que luchar (Castells, 2012).

Las primeras manifestaciones masivas se dieron en los países árabes que querían deshacerse de gobiernos tiránicos, Túnez y Egipto, países donde los dictadores abandonaron el poder de manera más o menos pacífica gracias a las movilizaciones y a la presión internacional (Bonet, 2011) sirvieron de experiencia para definir la posibilidad de transformar regímenes completos. Si bien hay que apuntar al contexto y que los sistemas políticos de Medio Oriente habían estado cargados por manos autoritarias e intereses extranjeros por la apertura

comercial, política y social, es cierto que en el tenor de la indignación y desesperanza, mirar la revolución hecha realidad se volvía tangible.

En Occidente se preguntaron si se podía hacer la revolución en un entorno tan hermético como el de los países árabes. Siguiendo la cronología, se preguntaron por qué no se podía organizar un movimiento en España que mostrara el rechazo al sistema clientelar y altamente corruptible de la representación ciudadana a través de los partidos políticos (Bonet, 2011).

Para tal efecto, la movilización casi espontánea del 15 de mayo de 2011 es como el despertar de un sueño que ha durado ese medio siglo (Dussel, 2011: 13). A gente entre 23 y 28 años con un par de carreras y que no tienen trabajo en el momento de crisis iba a ser muy difícil que el gobierno les encontrara un trabajo de acuerdo con sus expectativas, o que simplemente sea adecuado a su nivel de preparación.

Podemos arriesgarnos a considerar que la crisis pasa más allá de la representación y responsabilidad política, de la relación de autoridades con ciudadanos o del funcionamiento de las instituciones. Porque en un esquema clásico de política como el que hoy tenemos es evidente que, no se confía en la capacidad de las autoridades, no hay respuestas para lo que piden, o simplemente la delegación de la responsabilidad política es una experiencia que ya no satisface a los actores. De funcionar aún el sistema tendrían cierta canalización en los partidos políticos o los mecanismos institucionales para discutir las exigencias sociales. En todo caso se puede considerar que el tema fundamental es este concepto de malestar casi existencial, de cuestionar el lugar, el papel y la relevancia del mismo en el quehacer político. (Fernández, 2014). Una especie de necesidad en la individuación política. Definir un proyecto individual cercano al amparo e interés de la comunidad. ¿Será entonces que los movimientos indignados son no sólo una respuesta ante las fallas del sistema mundial, político y económico, sino también una indignación por la relevancia del individualismo?

No se trata de un actor individual, el *pueblo* es el actor colectivo que despierta del sueño alienante con el que el sistema lo adormece por medio de la propaganda de la *mediocracia* (Dussel, 2011: 15). El pueblo es históricamente el capacitado para decidir el rumbo de la sociedad en la que se gesta. En este momento el pueblo es el único que tiene el deber de recuperar los valores colectivos desde la unidad hasta la comunidad. Las herramientas de la globalización, tanto teóricas como políticas y tecnológicas, proponen la capacidad de acercarnos en la fragmentación.

Sin duda uno de los objetivos y de las semejanzas que encuentro en los movimientos es la posición de no canalizar esas u otras aspiraciones el sistema representativo o político ordinario. Sino construir nuevos canales, nuevos vínculos formas de acción política más directa. Sin duda como respuesta a otra de las características generales, la desconfianza. La acción colectiva aparece cuando la estructura de oportunidades políticas está bloqueada, los canales institucionales no ofrecen suficientes garantías u oportunidades políticas por la vía “clásica” de la mediación institucional para alcanzar unos objetivos.

Los movimientos ignoran a los partidos políticos, desconfían de los medios de comunicación, no reconocen ningún liderazgo y rechazan cualquier organización formal. Dependían de Internet y de las asambleas para generar el debate colectivo y la toma de decisiones (Castells, 2012). La desconfianza se extiende desde el sistema hasta uno mismo. La falta de líderes claros y definidos lo permite interpretar. Se desconfía de la posición de poder que significa ser el líder, la capacidad del poder por corromper, la debilidad ante la traición de los intereses y la negación por imponerse.

Si bien podemos considerar que el papel del líder es inevitable, porque hace las funciones de guía, de dirección, de prototipo de identidad (Tamayo, 2013: 369), la experiencia de los movimientos indignados nos avisa que no es así. Se gestan personalidades trascendentes pero la guía y dirección está encabezada por la asamblea aunque él o ella (líderes) es producto de las masas, de su condición histórica y de la cualidad colectiva de su identidad

(Tamayo, 2013: 369), podemos advertir que las masas de los indignados están conformadas por la fuerte presencia individual que critica y enfrenta al poder de unos cuantos: si me enfrento al poder del 1% ¿por qué he de permitir que parte del 99% se vuelva como ese por ciento que rechazo?

Parte de lo que se ha podido demostrar en estos movimientos es que “la acción política a través de la red tiene una resonancia, un alcance, una rapidez y una flexibilidad muy superiores a las formas tradicionales de actividad política” (Cotarelo, 2010: 129). Si tenemos entonces una capacidad de dinámica que facilita la progresión de la comunicación y la formación de redes capaces de sustentar el colectivo y ampliar la presencia del mismo, la política se gesta en canales y formas distintas. La organización de los movimientos se plantea de forma descentralizada y en red, reflejando y contrarrestando la lógica de dominación en red de la sociedad de la información y de la política tradicional (Lago & Marotias, 2007).

Si bien la presencia en red cibernética es una de las características más importantes, esta va de la mano de la respuesta física al tomar las calles. En la lucha simbólica por la apropiación del poder, la presencia física de los manifestantes, sin duda potencializa su capacidad de transformación. El miedo se vence enfrentando la realidad, y esta se acompaña de los procesos físicos. Ya advertía Canetti que el tacto en la masa es fundamental para romper el miedo individual frente al colectivo.

4. Las experiencias

Como base señalo las experiencias occidentales de mayor trascendencia, el 15M en España el 17S en Estados Unidos. Si bien he señalado algunas similitudes en los movimientos “indignados”, las experiencias propias de cada uno significan un acercamiento virtual a lo que la movilización social pretende lograr y significa en la construcción de un nuevo orden. Pretendo entonces cuestionar, ¿Cuál será el lugar de estos movimientos en la historia, qué nos han dejado como experiencia colectiva? Al mismo tiempo apuntaré mis

observaciones, los retos que considero importantes y las relevancias o trascendencias que significan en el proceso histórico que vivimos.³¹

Tanto el 15M como el 17S y su articulación inspirada, ideológicamente, en el precedente de los movimientos sociales altermundistas o antiglobalización críticos con el capitalismo, la globalización y, al fin y al cabo, con el *pensamiento único* nos dejan la experiencia de que enfrentar al sistema es posible desde algo más que la violencia física. La violencia simbólica, la autonomía, la organización y la transformación individual y colectiva de los valores relevantes son armas que pueden hacer más daño al sistema. Una red de diversos movimientos sociales y activistas que se coordinan de forma horizontal a través de las TIC y que, del mismo modo, utilizan estas vía para difundir sus contenidos críticos han sido capaces no sólo de poner en manifiesto el malestar, sino de apuntar una dirección. Proponer con la experiencia las transformaciones deseadas para el sistema político y económico.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) constituyen un nuevo tipo de existencia política para los activistas y para la acción colectiva. La tarea es superar la dispersión (Lago & Marotias, 2007). El apunte de superar la dispersión me parece uno de los conflictos más recurrentes. Si bien las asambleas y la organización física de los movimientos estaban bien coordinadas, la escasa producción programática y la falta de líderes podrían significar una debilidad estructural. La institucionalidad del movimiento, de gestarse, puede favorecer a contener la dispersión construir los andamiajes necesarios para guiar y contener el movimiento en una dirección definida. “transformar al sistema” puede ser una ambigüedad si se toma en cuenta que el sistema está hecho de sistemas y subsistemas.

³¹No pretendo hacer un recorrido periodístico de lo que aconteció en 2011, sino más bien señalar algunas observaciones que considero importantes desde la experiencia de la movilización de los indignados. Manuel Castells en su obra *Redes de indignación y esperanza* (2012) logra hacer una narrativa interpretativa de lo que significaron las experiencias colectivas. Al mismo tiempo arroja una cronología del movimiento como ilustración de los momentos más trascendentes para el movimiento.

Los ejemplos desde la cultura popular nos demuestran que la sociedad toma conciencia en la experiencia diaria: “Varios manifestantes se maquillaron y vistieron como *zombies* (los muertos vivientes de las películas de terror) y empezaron a devorar billetes de monopolio en una explícita metáfora de lo que ellos interpretan como la mentalidad corporativa” (Márquez, 2011). Los zombies del capitalismo protestan por la enajenación y la persecución financiera que viven.

¿Cómo no ser un zombie del capitalismo? La respuesta puede ir desde el plano ideológico acompañado de un marxismo cuasi utópico que permita delinear una posibilidad de enfrentamiento al sistema económico mundial. Después de la caída del Muro de Berlín y el nacimiento del fin de las ideologías de Daniel Bell, o del fin de la historia de Fukuyama, el mundo se giró sobre un solo costado. El paradigma del capitalismo como forma ejemplar de vencer los males de la sociedad. La expresión neoliberal como forma coherente y correcta de extender los beneficios del gran capital a la mayoría de la población. La crisis del capitalismo financiero arrasa con la vida económica y política, con sus efectos sociales, sus efectos sociales, culturales y psicológicos letales (Dussel, 2011, p. 24). Si uno quiere evitar ser un zombie del capitalismo, tiene que dejar de ser en el capitalismo. Dicho de otra forma: “Ellos mismos tienen que ser el cambio que quieren ver” (Žižek, 2011). De lo contrario se corre el riesgo de fetichizar la movilización como el proceso mismo de la emancipación y la transformación.

Alberto Melucci (1994), va a señalar en los años '90, y considero que se puede apuntar al contexto que buscamos cuestionar, que los movimientos no son “nuevos”, sino que “combinan formas de acción que refieren a distintas orientaciones y pertenecen a fases de desarrollo de un sistema o a diferentes sistemas históricos”. Las formas de acción que ya han sido mencionadas divididas entre el espacio virtual y el físico comprenden que, las relaciones sociales hoy están construidas desde el equilibrio de ambos espacios. El espacio es el lugar de la tensión entre las nuevas y las viejas formas de hacer la política. La hibridación del espacio corresponde a un nuevo reto de

análisis en el contexto no sólo de los movimientos sociales, sino de la socialización en su conjunto.

Los medios de comunicación personales hacen de la relación social y política un asunto inmediato. Es necesaria la pausa reflexiva, ya hemos cambiado mucho el mundo y eso ha sido causa de la desilusión indignada. Es necesario plantear mecanismos de reflexión más allá de la falta material o del proceso de representación política. No niego la relevancia de la emotividad como el componente detonante de la movilización, sin embargo si quisiera apuntar la necesidad de mirar con calma el proceso de consolidación. Las emociones pueden ser muy repentinas y desvanecerse en algún tiempo determinado, se corre el riesgo de tener un espíritu de revuelta sin revolución (Žižek, 2011). Cambiar todo para que todo siga igual. Si el 1% poderoso tiene redes de organización económica, las redes sociales, físicas y virtuales, corresponden a un equilibrio en el enfrentamiento. Sin embargo hace falta trascender de la asamblea por la institucionalidad certera. Un equilibrio entre representación y participación. El reto estará en delinear la actividad justa para la trascendencia del movimiento. Ahora bien, es justo mencionar y señalar que la experiencia indignada está en un punto medio del espacio de ingeniería social académica. Si bien muchos de los jóvenes que acudieron a la Puerta del Sol o al Zuccotti Park, tienen preparación académica y profesional, la experiencia supera la lectura. Vivir la asamblea permite enfrentarse al reto de equilibrar la vida diaria con la vida política.

Una vez canalizada la ansiedad por lograr la transformación material y en su lugar reflexionar sobre los alcances culturales, simbólicos y mentales que suponen las movilizaciones de indignados, podemos coincidir en que nos encontramos ante un proceso histórico más profundo que se está desarrollando (Žižek, 2011). El análisis académico nos apresura a interpretar a conciliar direcciones. Arriesgarnos a limitar el análisis sobre las expresiones manifiestas o peticiones directas de los movimientos sería no mirar con tranquilidad lo que se está gestando. La experiencia sensible de los participantes arroja que el movimiento está más allá de la localización temporal. Es necesario entonces buscar la democracia mediante la

posibilidad de encontrar la relación dinámica entre los niveles de organización social y de la organización política.

La negación del sistema puede ser un problema si se olvida que los movimientos sociales, todos establecen un vínculo estrecho o respetuoso, de coexistencia o subordinación a la política, sea esta el sistema político, los partidos o la representación política (Tamayo, 2013: 406). Salir a la calle a negar el poder es reconocer el poder. Entre mejor se comprenda la relación directa con el sistema, más productivo podrá ser el movimiento. La canalización de las peticiones puede ser tomada desde el sistema de partidos aunque estas no hayan sido arrojadas a él. La coexistencia de múltiples procesos sociales nos obliga a considerar las variables que interferirán en el desarrollo de las transformaciones políticas. La naturaleza de la actividad política como actividad en la cual los actores involucrados gozan de cierto nivel de autonomía en la definición de sus objetivos, programas y estrategias (Prud'Homme, 1994) será fundamental para lograr el equilibrio entre lo social y lo político, el colectivo y el individuo.

Uno de los ejes centrales de la movilización pasa por el hecho de que la democracia opera donde las élites deciden a los candidatos y los ciudadanos sólo los confirman. No hay conexión programática, no hay relación entre candidatos y ciudadanos. Los canales de comunicación están controlados por los partidos políticos y los intereses que estos protegen. En teoría deberían ser los de la ciudadanía y aunque programáticamente se generan políticas públicas bajo el sistema de inputs y outputs, el gran reclamo en la indignación es la lejanía, la indiferencia y la representación política ineficiente.

El 15M se transformó en el 17S, de España a Estados Unidos la indignación se transformó en acción. Programáticamente y en similitud de objetivos puedo señalar que Buscaban transformar las reglas de participación y representación política, no se trató sólo de hacer, sino de conocer el quehacer, de acercarse a la información sobre qué se decide, cómo se decide tanto en el movimiento como en reclamo a la transparencia de los políticos.

En el mismo sentido quisiera señalar que para el estudio hay que considerar a los movimientos dentro de su entorno político, la cultura política aun no alcanza una experiencia global. Cada particularismo, cada forma de la cultura política acude a un referente específico. Y así como existen generalidades positivas señalare algunas consideraciones riesgosas en el desarrollo de los movimientos.

Primeramente apuntar que el espontaneísmo no tiene buena memoria, así como viene se puede ir, así como se vive, pasa. Por eso es necesario formular procesos de consolidación considerando no olvidar ni hacer a menos la representación, la participación y ambas generando una nueva institucionalización del orden político. El liberalismo nos ha acostumbrado a considerar como sujeto de la política al individuo libre (Dussel, 2011, p. 17) y si es así entonces la libertad estará acompañada de orden.

En tono de conclusión quisiera apuntar que considero el enfrentamiento de los indignados como una lucha por el reconocimiento simbólico del derecho a ser. La ineficacia del sistema económico por solventar la crisis y garantizar los espacios profesionales necesarios para la reproducción de la vida social, individual y colectiva, supone la gran deficiencia del sistema. Las batallas más importantes serán aquellas que se libren por conseguir el reconocimiento de los diversos estilos de vida (Zizek, 2010: 11). Los cuales se pierden en el pensamiento único. El derecho a discernir, a ser distinto es hoy un reclamo existencial. El derecho a ser a tener identidad.

En el contexto del intercambio de mensajes y la producción de comunicación, me parece que se gesta una confrontación ideológica entre el mensaje único de transmisión con audiencia pasiva, a la interacción interpasiva y dinámica de las nuevas tecnologías. Para que una ideología se imponga resulta decisiva la tensión, en el *interiorismo* de su contenido específico, entre los temas y motivos de los “oprimidos” y los de los “opresores” (Zizek, 2010: 21). Los oprimidos pueden tener hoy el control del acceso a la información, generar sus propias versiones de cómo desean vivir la vida. Los colectivos en las acampadas demostraron que es posible la

transformación de la forma de organizar colectivamente a la sociedad. Sin embargo, como todos los movimientos sociales tienen un periodo de vida. Con aproximadamente un año de vida, en ambos casos cabe preguntarnos ¿qué nos han dejado como experiencia histórica? Primeramente considero que parte del legado de estos movimientos reside en la capacidad de cuestionar la presencia global del capitalismo como modelo único de la economía. Si bien las alternativas no están muy claras dado que se gestaron en la experiencia y no como programa de acción, la resolución de dicho programa o de una forma alterna de organización económica es un reto. Hay que pensar el mundo y reflexionar de acuerdo a los nuevos problemas que se gestan en la distribución de los bienes.

Por otro lado considero que cuestionar la veracidad de los medios, de los políticos y de las instituciones que acompañan los procesos de reproducción de la vida en sociedad es fundamental. Si el sistema económico ha fallado, el político ha sido cómplice, y cuestionar este papel me parece fundamental.

Sin duda la mayor producción y transformación ha sido la cultural que mediante las acciones han logrado poner de manifiesto que sí es posible tener otro mundo.

Como retos del movimiento considero que deben reorganizar la presencia, convertirse en actores, de nuevo, que trasciendan la espontaneidad y que mediante procesos de institucionalización se logre comunicar y construir los procesos necesarios para, en todo caso, hacer evidente y real la transformación del sistema político y económico.

Si la movilización, después de un año apenas logró cimentar las bases y preparar la tierra para un cambio de mayor profundidad, reflexionar alrededor de esto servirá para evitar frustraciones o sensaciones de fracaso. Lo no alcanzado por lo real levanta el velo de la fantasía para ser confrontado con la dura realidad (Zizek, 1998). Esta realidad que había apaleado la dignidad y que había logrado desatar en las condiciones sociales de carencia material, espiritual e ideológica, un espacio lo suficientemente fuerte como para enfrentarse a dicha

realidad, para generar el rechazo a las condiciones de vida y buscar nuevas maneras de convivencia y orden.

¿Quién es este nuevo Sujeto? Un sujeto virtual que desde la hibridación del espacio construye una doble identidad. La red da la posibilidad de ser en “mascaras” es decir, plantear una forma de ser, una presencia o una identidad, completamente distinta a la que se es fuera de la red. Es entonces un sujeto incapaz de confiar en el mundo físico pero que deposita cierta confianza en individuos conocidos de forma virtual. Creo que esto se debe principalmente a la capacidad de intercambio constante.

La comunicación dentro de la red permite el intercambio e interconexión de experiencias de forma personal y colectiva. Se supera la pasividad y la recepción unidireccional de los mensajes, se construyen vínculos y estos son la raíz de los movimientos.

Una y otra vez alrededor del mundo se ha escuchado la voz reclamando una nueva forma de representación, una forma distinta de democracia y del ejercicio de la política. Las autogestiones colectivas y las organizaciones en asambleas han sido la experiencia más real de democracia directa. Sin embargo ¿Qué tanto es posible sostener una sociedad así? La respuesta no es sencilla ni mucho menos directa. Pero si es posible acudir a reflexiones que nos permitan comprender el fenómeno de la democracia directa con mayor profundidad.

¿Es posible realizar el ejercicio de la participación directa de forma perpetua? La experiencia de los movimientos nos apunta que sólo aquellos individuos con mayor tiempo “libre” eran capaces de estar al pendiente y en constante participación de lo requerido en las asambleas. Estos movimientos han señalado que la participación en red desde las plataformas cibernéticas es de mayor facilidad para la construcción de vínculos, delinear objetivos, comentar y proponer en los debates. Lo cual nos sugiere la necesidad de una posición que esté al pendiente de dichas comunicaciones para validar y legitimar las decisiones.

Finalmente quisiera apuntar que una de las grandes victorias de los movimientos fue la de revalorizar la posición y la presencia del Otro. El hombre no está rodado sólo por naturaleza inerte o por objetos, sino también de sus semejantes. La seguridad depende tanto de la relación que se tenga con otros seres humanos como del conocimiento de la vida, de la ciencia y de la sociedad. El desbalance de la sociedad había consistido, o consiste aún, en que la presencia individual opacó la necesidad del otro como complemento de mi individualidad. El avance de las democracias reales, de los sistemas de representación, del intercambio económico, más allá de gestar presencia, seguridad y oportunidad, han logrado fragmentar, dividir, resentir y desconfiar uno del otro.

Como primer propósito considero que es necesario reconstruir la confianza, adecuar el sistema en lugar de plantearse la destrucción total de este.

Una vez superados los movimientos y las manifestaciones con presencia de intereses de clase en el discurso y habiendo asegurando la estabilidad laboral, social, política. Las causas de la movilización van, primeramente por la defensa de dichas seguridades, acompañado de un reclamo en la inconformidad e insatisfacción de la calidad de vida. El conocimiento y el acceso a la información brindan una capacidad dinámica en la sociedad que ve la posibilidad de transformar constantemente su realidad, construyendo nuevos significantes y nuevos procesos de socialización.

El reto trascendente de las movilizaciones consiste en hacer las cosas no para conseguir algo, sino para prevenir el acontecimiento de un verdadero cambio. Todo lo frenéticamente humanitario, políticamente correcto, etc., es una actividad que encaja con la fórmula “sigamos cambiando algo para que las cosas globalmente sigan siendo las mismas” (Žižek, 2011).

Referencias biogáficas

Beck, U., 2005. La sociedad cosmopolita y sus enemigos. En: *La mirada cosmopolita o la Guerra es la Paz*. Barcelona: Paidós, pp. 103-135.

- Benveniste, É., 2004 [1971]. *Problemas de lingüística general*. México, D.F.: Siglo XXI editores.
- Bonet, R., 2011. *El movimiento de los indignados. ¿Hasta cuándo resistirán?*, s.l.: Replicante. Cultura crítica y periodismo digital.
- Canetti, E., 2010 [1983]. *Masa y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Case, B., 2011. EEUU: Ocupa Wall Street tras la utopía igualitaria. *IPS noticias*, 25 Octubre.
- Castells, M., 2012. *Redes de indignación y esperanza*. s.l.:Ed. Alianza.
- Cefai, D., 2013. *¿Pourquoi se mobilise-t-on? Les théories de l'action collective*. México, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco.
- Chiu, A., 2006. *El "análisis de los marcos" en la sociología de los movimientos sociales*. México: Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Combes, H., 2013. *Las redes de la movilización*. México D.F.: s.n.
- Corona, J., 2008. *Theodor W. Adorno. Individuo y autoreflexión crítica*. Guanajuato, Guanajuato: Universidad de Guanajuato.
- Cortés, H., 2014. Las causas del descontento: Análisis de las protestas mundiales 2006-2013. *el diario.es*.
- Cotarelo, R., 2010. *La política en la era de Internet*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Dalziel, H., 1968. *Communication and Social Srder*. Londres: Oxfor University.
- Debord, G., 1998. *La sociedad del Espectáculo*. s.l.:Archivo situacionista Hispano.
- Dussel, E., 2011. *Carta a los indignados*. México: La Jornada.

Errejón, I., Diciembre 2011.. El 15- M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas Revista Crítica de Ciencias Sociales*.

Fernández, L., 2014. *¿Quiénes son los rebeldes hoy? Movimientos y formas nuevas de resistencia* [Entrevista] (8 abril 2014).

Gutiérrez, R., 1990. Poder y subjetividad social: En torno a la mirada freudiana en "psicología de masas y análisis del yo". *Sociológica*, septiembre-diciembre, 5(14).

Heires, G., 2011. Estados Unidos: La historia se repite. *IPS noticias*, 12 Octubre.

Holloway, J., 2005. *Como cambiar el mundo sin tomar el poder, El significado de la Revolución hoy*. Venezuela: Edit. Melvin.

Lago Martínez, S., 2006. La intervención política de los movimientos sociales en la sociedad de la Información. *Instituto de Investigación Gino German*.

Lago, S. & Marotias, A., 2007. Los movimientos sociales en la era del internet. *Razón y palabra*, Issue Número 54.

Márquez, W., 2011. Crece el movimiento de "indignados" en Estados Unidos. *BBC*.

Melucci, A., 1994. ¿Qué hay de nuevo en los nuevos movimientos sociales? . En: *Los nuevos movimientos sociales*. Madrid: Centro de Investigaciones sociológicas.

Melucci, A., 1999. Teoría de la acción colectiva. En: *Teoría de la acción colectiva, vida cotidiana y democracia*.. México: El Colegio de México.

Offe, C., 1992. *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. España, Madrid: Editorial Sistema.

Ortega y Gasset, J., 2013. *En tiempos de la sociedad de masas*. México: Taurus.

Ortuño, J., 2013. Los usos políticos de Internet: una nueva herramienta para la movilización. *Política Crítica*, 11 Febrero.

Pérez Carrillo, A., s.f. Rawls y la justificación de la desobediencia civil.

Plata, L., Año 15. Así fue Harald Sverdrup, padre de la oceanografía moderna. *¿Cómo ves?*, Volumen No. 179, pp. 22-26.

Prud'Homme, J.-F., 1994. Elecciones, partidos y democracia. En: *La construcción de la democracia en México*. México, D.F.: Siglo veintiuno editores, pp. 25-102.

Rodríguez, M., 2014. Ciencia política y ciudadanía en el Siglo XXI. *Sociólogos*.

Sitrin, M., 2012. *Horizontalismo y los movimientos ocupa*, New York, E.U.A.: s.n.

Tamayo, S., 2013. Análisis multidimensional de la cultura política de los movimientos sociales. En: *Cultura (y) política*. México, México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, pp. 351-420.

Touraine, A., s.f. *El regreso del actor. Los movimientos sociales ¿Objeto particular, o problema central del análisis sociológico?*, s.l.: s.n.

Tudor, A., 1974. *Cine y comunicación social*. Barcelona, España: Ed. Gustavo Gili.

Veraza, J., 2005. *Para pensar la opresión y la emancipación desde la posmodernidad. Crítica a la dialéctica del amo y e esclavo en Hegel*. México, México: Editorial Itaca.

Wieviorka, M., 2009. Otro mundo es posible. En: *Otro mundo... Discrepancias, sorpresas y derivas de la antimundialización*. México. D.F.: Fondo de Cultura Económica, pp. 17-67..

Zabludovsky, G., 1992. Los retos de la sociología frente a la globalización. *Sociológica-U.A.M. Azcapotzalco*, septiembre-diciembre, 7(20).

Zizek, S., 1998. *EL sujeto interpasivo*, s.l.: Slavoj Zizek en Español.

Zizek, S., 2010. *En defensa de la intolerancia*. Madrid, España: Diario Público.

Žižek, S., 2011. *London Review of Books*. [En línea]
Available at: <http://www.lrb.co.uk/2011/08/19/slavoj-zizek/shoplifters-of-the-world-unite>
[Último acceso: 5 junio 2013].

#Yosoy132. La revolución estética

Octavio Islas.³²

Introducción

EN EL PRIMER APARTADO del texto recupero algunos de los principales conceptos propuestos por Herbert Marcuse, destacado intelectual de la primera generación de la llamada Escuela de Frankfurt, uno de los principales ideólogos de los movimientos estudiantiles registrados en el mundo a finales de la década de 1960, y que hoy definitivamente admite ser considerado como obligado referente del ciberactivismo. En el segundo apartado describo cómo las redes sociales han observado un papel sumamente relevante en recientes movimientos de indignación y protesta ciudadana. El empleo subversivo de las redes sociales durante la “Primavera Árabe” de ninguna manera representó un hecho aislado. También Internet y las principales redes sociales observaron un rol protagónico en el desarrollo de la revuelta ciudadana en Islandia (2009), en el Movimiento 15-M en España, los inconformes en el Reino Unido y en el movimiento *Occupy Wall Street* en Estados Unidos.

En el tercer apartado presento datos sobre la penetración de Internet y las principales redes sociales en México, así como información relacionada con la participación ciudadana en la política y el empleo de las redes sociales en la perspectiva de los comicios presidenciales

³² Mexicano (1960). Director de la revista web *Razón y Palabra*:
<http://www.razonypalabra.org.mx> Su cuenta de e-mail es:
octavio.islas@infotec.com.mx

que celebramos el primer domingo de julio de 2012. En el cuarto apartado centro mi atención en la llamada Primavera Mexicana, recuperando como obligados antecedentes inmediatos las elecciones presidenciales celebradas el primer domingo de julio de 2006, las elecciones intermedias en 2009 y los comicios en el Estado de México en 2011. En el quinto apartado destacó la inteligencia comunicativa que en las redes sociales desplegó el movimiento estético #YoSoy132, el cual durante casi dos semanas relegó el desarrollo de las campañas por la presidencia de la República a un segundo plano informativo. El movimiento estético #YoSoy132 fue capaz de movilizar a amplios sectores de la sociedad mexicana a través de las redes sociales. En tan solo 10 días Enrique Peña Nieto, el candidato a la presidencia de la República por la Coalición Compromiso por México enfrentaba un escenario definitivamente inesperado: la viralidad del movimiento #YoSoy132, el cual desplazó a un plano secundario a las campañas que venían realizando los candidatos presidenciales, como atinadamente advierten Jesús Galindo y José Ignacio González-Acosta:

“En tan solo diez días, este movimiento impacta seriamente la imagen de Enrique Peña Nieto, candidato del PRI-PV y borra el ímpetu de su campaña, con tal fuerza que lo deja sin tema y su candidatura debilitada frente a un aventajado Andrés Manuel López Obrador” (Galindo y González 2012: 24).

En el sexto y último apartado recupero algunos ejemplos del recurso estético del movimiento #YoSoy132. El movimiento estético #YoSoy132 no solo es la primera erupción visible. El movimiento estético #YoSoy132 afirmó la esperanza de la profunda e indispensable reconstrucción de México.

1. De la nueva sensibilidad a la nueva visibilidad. El legado teórico de Herbert Marcuse en la comprensión de la dimensión estética de los movimientos de liberación

“La nueva sensibilidad se ha transformado en un factor político”.

H. Marcuse.

En los libros *Un ensayo sobre la liberación* (1969), y *Contrarrevolución y revuelta* (1973), los cuales representan la lógica continuación de *Eros y civilización* –cuya primera edición fue realizada en 1953– y *El hombre unidimensional* –cuya primera edición data de 1954–, Herbert Marcuse,³³ uno de los más reconocidos intelectuales de la llamada Escuela de Frankfurt, anticipó la importancia y el significado de las revueltas estudiantiles registradas a finales de la década de 1960,³⁴ a las cuales consideró expresiones de un “Gran Rechazo” (Marcuse 1969: 7).

El fundamento del “Gran Rechazo” –afirmó Marcuse– es el mismo impulso subversivo: la liberación, y este impulso no es exclusivo en las sociedades capitalistas; también era posible advertirlo en el hartazgo provocado por las burocráticas administraciones de países socialistas. Los jóvenes militantes –advirtió Marcuse–: “han sacado la idea de la revolución fuera del continuum de la represión, y la han situado en su auténtica dimensión: la de la liberación” (Marcuse 1969: 9). Marcuse advirtió que las posibilidades utópicas se encuentran implícitas en las fuerzas técnicas y tecnológicas del capitalismo avanzado (por supuesto también se encuentran implícitas en Internet como en las redes sociales). Con respecto al papel de la ciencia y la tecnología en el imaginario subversivo, Marcuse afirmó: “La libertad depende por cierto, en gran medida, del progreso técnico, del avance de la ciencia” (Marcuse 1969: 26-27). La ciencia y la tecnología: “tendrían que cambiar su dirección y metas actuales; tendrían que ser reconstruidas de acuerdo con una nueva sensibilidad: la de las exigencias de los instintos vitales. Entonces se podrá hablar de una tecnología de liberación, producto de una imaginación científica libre para proyectar y diseñar las formas de un universo humano sin explotación ni agobio” (Marcuse 1969: 27).

³³ Herbert Marcuse (1898-1979), filósofo y sociólogo judío, de nacionalidad alemana y estadounidense, uno de los emblemáticos pensadores de la primera generación de la Escuela de Frankfurt.

³⁴ Es importante destacar que Marcuse escribió el libro *Un ensayo sobre la liberación*, antes del desarrollo de las revueltas estudiantiles registradas en París (mayo y junio de 1968), y del movimiento popular estudiantil en México que antecedió el desarrollo de los XIX Juegos Olímpicos.

La ciencia y la tecnología —destaca Marcuse— son los grandes vehículos de la liberación. Sin embargo, tendrán que ser reconstruidas con una nueva sensibilidad.

Sobre el sentido del término “utópico” en el “Gran Rechazo”, Marcuse destacó su significado factible: “lo que se denuncia como utópico no es ya aquello que no tiene lugar ni puede tenerlo en el mundo histórico, sino más bien aquello cuya aparición se encuentra bloqueada por el poder de las sociedades establecidas” (Marcuse 1969: 11). El fundamento utópico de las rebeliones permite concebir la posibilidad de transformar cualitativamente las necesidades de las personas, gestando una *nueva sensibilidad*. De las revueltas y revoluciones deben desprenderse grandes transformaciones estéticas, pues en el arsenal utópico de los movimientos de liberación se concibe la posibilidad de modificar las necesidades del hombre y su infraestructura:

“La libertad vendría a ser el medio ambiente de un organismo ya no susceptible de tolerar la agresividad, la brutalidad y la fealdad del modo de vida impuesto. La rebelión se habrá enraizado entonces en la naturaleza misma, en la biología del individuo; y, sobre estos nuevos fundamentos, los rebeldes redefinirían los objetivos y la estrategia de la lucha política que es la única en el curso de la cual pueden determinarse las metas concretas de la liberación” (Marcuse 1969: 12).

En *El hombre unidimensional* Marcuse había afirmado que el progreso capitalista ha impuesto las condiciones de una nueva existencia, en la cual el mercado determina las necesidades. Las personas se reconocen en sus bienes y mercancías. La maquinaria produce una especie de “servidumbre voluntaria”. Los logros justifican el sistema de dominación. En las clases trabajadoras no hay suficientes motivos para rebelarse. En la mayor parte de la clase trabajadora predomina una conciencia antirrevolucionaria (Marcuse 1975: 16). El capitalismo ha garantizado el perfeccionamiento de la explotación. El sistema efectivamente consigue suspender la conciencia histórica de las clases revolucionarias:

“Resulta fácil desdeñar la tendencia de la clase trabajadora a integrarse en la sociedad capitalista avanzada, asegurando que dicho cambio se refiere únicamente a la esfera del consumo y que, por lo tanto, no afecta la definición estructural del proletariado. La esfera del consumo es una de las áreas de la existencia social del hombre y, como tal, contribuye a determinar su conciencia; ésta, a su vez, es un factor que influye en su conducta y en su actitud, tanto en el trabajo como en el descanso” (Marcuse 1975: 16).

Las condiciones objetivas del proletariado no se traducen en una conciencia revolucionaria. La base de la explotación se extiende a otros sectores de la economía, como el sector terciario, dedicado a la producción de servicios, donde, como destaca Marcuse, se emplea un enorme ejército de asalariados. Así la base de la explotación: “se extiende fuera de las fábricas y los talleres y mucho más allá de la clase obrera” (Marcuse 1975: 20). El progreso capitalista obstruye la necesidad de aspirar a la verdadera libertad:

“Triunfo final de la introyección: la etapa en la que la gente no puede rechazar el sistema de dominación sin rechazarse a sí misma, a sus propios valores y necesidades instintivos que los reprimen. Tendríamos que concluir que la liberación significaría subversión contra los intereses prevalecientes de la gran mayoría de la gente” (Marcuse 1969: 25).

La ruptura con el continuum de la represión parte de una profunda emancipación “biológica” que debería transformar la división social del trabajo. La ruptura con el orden establecido representa una profunda afirmación estética. La ruptura estética comprende:

“una práctica política de metódico desprendimiento y rechazo del orden establecido con miras a una radical transvaluación de los valores, Semejante práctica implica un rompimiento con lo familiar, con las formas rutinarias de ver, oír, sentir y comprender las cosas, a fin de que el organismo pueda volverse receptivo a las formas potenciales de un mundo no agresivo y ajeno a la explotación (Marcuse 1969: 14).

El término estético: “en su doble connotación de perteneciente a los sentidos y perteneciente al arte, puede servir para designar la cualidad del proceso productivo creativo en un medio ambiente de libertad” (Marcuse 1969: 31). A través de los siglos el análisis de la dimensión estética se ha concentrado en la idea de lo bello:

“como objeto deseado, lo bello pertenece al ámbito de los instintos primarios, Eros y Tanatos (...) la estética clásica, aunque insistía en la unión armónica de la sensualidad la imaginación y la razón en lo bello, insistía igualmente en el carácter objetivo (ontológico) de lo bello, como Forma en que el hombre y la naturaleza llegaban a ser: consumación (...) Para el artista lo bello es el dominio de los opuestos sin tensión, para que la violencia ya no sea necesaria... Lo bello tiene valor biológico (Marcuse 1969: 33).

El fundamento de la estética reside en la sensibilidad. Lo bello es primero sensible, apela a los sentidos. Con respecto a las necesidades estéticas, Marcuse afirmó que éstas:

“tienen su propio contenido social: son los requerimientos del organismo humano, mente y cuerpo, que solicitan una dimensión de satisfacción que sólo puede crearse en la lucha contra aquellas instituciones que, por su mismo funcionamiento, niegan y violan estos requerimientos. El contenido social radical de la exigencia de su más elemental satisfacción se traduce en acción colectiva en una escala ensanchada” (Marcuse 1969: 34).

Al rebelarse contra los dictados de la razón represiva, la sensibilidad recurre al poder sensual de la imaginación. Una nueva moralidad y una nueva sensibilidad son precondiciones de los grandes cambios sociales por los que apuesta la liberación. La imaginación, afirma Marcuse:

“unificando sensibilidad y razón, se hace productiva conforme se hace práctica: es una fuerza orientada en la reconstrucción de

la realidad: una reconstrucción con ayuda de la *gaya scienza*, una ciencia y una tecnología relevadas de su servicio a la explotación y la destrucción y así, libres para las exigencias libertadoras de la imaginación (...) El universo estético es el *Lebenswelt* del que dependen las necesidades y facultades de la libertad para desencadenamiento (Marcuse 1969: 37-38).

La “nueva sensibilidad” y la “nueva conciencia exigen un *nuevo lenguaje* para definir y comunicar los *nuevos valores*: “la ruptura con el continuum de la dominación debe ser también una ruptura con el vocabulario de la dominación” (Marcuse 1969: 39). La revolución, afirmó Marcuse, debe ser al mismo tiempo una revolución en la percepción, creando el nuevo ambiente estético. La ruptura con el universo lingüístico del orden establecido es condición inevitable: “la revolución debe ser al mismo tiempo una revolución en la percepción que acompañará la reconstrucción material e intelectual de la sociedad, creando el nuevo ambiente estético” (Marcuse 1969: 43).

La ‘sociedad unidimensional’ obstruye toda forma de emancipación. La transformación radical de la sociedad: “implica la unión de la nueva sensibilidad con la nueva racionalidad. La imaginación se vuelve productiva si se convierte en el mediador entre la sensibilidad, por una parte, y la razón teórica tanto como la práctica” (Marcuse 1969:43). Tal unión, concluye Marcuse, ha sido el elemento distintivo del arte. El arte puede trabajar en la realidad establecida contra la realidad establecida.

La imaginación puede contribuir a realizar la reconstrucción radical de la experiencia y el universo mismo de la experiencia, escapando de las trampas del mercado, que puede convertir el arsenal crítico en algo inofensivo. El arte y las tecnologías liberadoras son fuerzas subversivas en transición. La revuelta contra las viejas sociedades: “es la emergencia de una nueva, espontánea solidaridad” (Marcuse 1969: 56). La producción socialista “debe cambiar la existencia, modificar las necesidades y satisfacciones mismas” (Marcuse 1975: 13).

Sin embargo, desde la ortodoxia marxista, Marcuse no consigue resolver un problema fundamental: cómo la nueva sensibilidad

efectivamente podrá abolir el sistema capitalista. El cambio radical depende de una base de masas. La toma del poder –según dictan las sagradas escrituras del marxismo– supone un levantamiento de masas, guiado por un partido revolucionario que, actuando como vanguardia de la clase revolucionaria, tome el poder e impulse los cambios fundamentales.

El sistema capitalista no es inmune a las crisis. El cambio inclusive puede derivarse de movimientos de rechazo difusos y desorganizados, los cuales podrían precipitar la crisis y la caída del sistema. Marcuse señala que el gran mérito de las revueltas sencillamente radica en agilizar el tránsito de las condiciones prerrevolucionarias a las revolucionarias: “el movimiento estudiantil no es una fuerza revolucionaria, quizás ni siquiera una vanguardia en tanto que no hay masas capaces y deseosas de seguirlo, pero es el fermento de esperanza en las superpoderosas y sofocantes metrópolis capitalistas: confirma la verdad de la alternativa” (Marcuse 1969: 64). La revolución estética se dirige contra una sociedad:

“operante, próspera, democrática, es una rebelión *moral*, contra los valores y metas hipócritas y agresivos, contra la blasfema religión de esa sociedad, contra todo lo que ella toma en serio, contra todo lo que predica mientras viola lo que predica” (Marcuse 1969: 67).

1.2 El recurso de la autocomunicación de masas.

En nuestros días extraños hemos sido testigos de imaginativas revueltas ciudadanas que han recurrido al ciberespacio, reconociéndole como un territorio significativo, tanto para la organización de sus acciones, el desarrollo de sus actividades persuasivas y, por supuesto, el cuestionamiento y abierta confrontación con los sistemas autoritarios denunciados. El cambio fundamental en el mundo de las comunicaciones, destaca Manuel Castells, reconocido sociólogo catalán, ha sido el nacimiento de la autocomunicación de masas: “el uso de Internet y de las redes inalámbricas como plataformas de comunicación digital” (Castells 2013: 38).

“Es comunicación de masas porque procesa mensajes e muchos para muchos y potencialmente puede llegar a numerosos receptores y conectarse a incontables redes que transmiten información digitalizada en un barrio o por todo el mundo. Es autocomunicación porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar. La autocomunicación de masas se basa en redes horizontales de comunicación interactiva que, en gran medida, los gobiernos y las empresas tienen dificultades para controlar (...) La autocomunicación de masas proporciona la plataforma tecnológica para la construcción de la autonomía del actor social, ya sea individual o colectivo, frente a las instituciones de la sociedad. Por eso los gobiernos tienen miedo de Internet”. (Castells 2013: 24).

Si el poder se ejerce mediante la programación y la conexión de redes, entonces el contrapoder, según Castells: “se activa mediante la reprogramación de redes en torno a intereses y valores alternativos o mediante la interrupción de las conexiones dominantes y la conexión de redes de resistencia y cambio social” (Castells 2013: 26).

Internet, las redes sociales y los nuevos medios sociales han demostrado ser plataformas idóneas para el imaginativo desarrollo de movimientos de indignación y protesta ciudadana. La autonomía de la comunicación es la esencia de los movimientos sociales. Por ello los gobiernos practican un sistemático espionaje en Internet, amparándose en la prevención de supuestas amenazas de grupos terroristas. Los movimientos sociales advierten en el ciberespacio un territorio de encuentro para posteriormente desplegar sus acciones en los lugares donde se desarrolla la vida social. En nuestra sociedad, destacó Castells:

“el espacio público de los movimientos sociales se construye como espacio híbrido entre las redes sociales de Internet y el espacio urbano en una interacción constante y constituyendo

tecnológica y culturalmente comunidades instantáneas de prácticas transformadoras”. (Castells 2013: 28).

Los movimientos sociales son movimientos emocionales. La insurgencia —refiere Castells— “no empieza con un programa ni con una estrategia política” (Castells 2013: 30). El repertorio de razones que producen comprensibles emociones de indignación social resulta tan extenso como justificable, y comprende la explotación económica, la pobreza extrema, las brutales diferencias en la concentración de la riqueza, la corrupción de la clase política, las injusticias recurrentes cometidas por el sistema destinado a la impartir justicia, la censura, el racismo, la xenofobia, la homofobia, la brutalidad de la policía contra minorías y manifestantes, la negligencia hacia el planeta azul, la intolerancia, las violaciones a la privacidad, la frivolidad y derroche de la clase política y muchos otros excesos y atrocidades.

Manuel Castells atinadamente sostiene que las redes sociales e Internet producen una particular sensación de empoderamiento en las personas:

“una nueva generación de activistas ha descubierto nuevas formas de cambio político mediante la capacidad de comunicarse y organizarse de forma autónoma, fuera del alcance de los métodos habituales de control político y económico” (Castells 2002: 38).

En 2008, en Islandia, el 11 de octubre de 2008 el cantante Hordur Torfason se plantó con su guitarra frente al parlamento islandés para protestar contra banqueros y políticos que habían sumido a Islandia en una profunda crisis. Alguna persona subió el video a Internet. Ello propició que miles de personas empezaran a manifestarse en la plaza Austurvöllur, exigiendo la dimisión del gobierno y la celebración de elecciones. El 23 de enero de 2009 fueron adelantadas las elecciones legislativas. Los dos grandes partidos políticos que alternándose habían gobernado ininterrumpidamente desde 1927 —ambos conservadores—, fueron derrotados por una coalición dirigida por la socialdemócrata Johanna Sigurdardottir, la primera mujer primera ministra lesbiana declarada. El nuevo gobierno emprendió las

acciones legales contra los responsables de la crisis. Los bancos fueron nacionalizados y el gobierno compensó a los islandeses por la pérdida de sus ahorros. Si bien la revolución islandesa fue provocada por una crisis económica, el nuevo gobierno emprendió una profunda transformación del sistema político por “su incapacidad para gestionar la crisis y su subordinación a los bancos” (Castells 2002: 53). Para redactar la nueva constitución, el gobierno solicitó la participación de todos los ciudadanos a través de Internet. La nueva constitución consagró el principio fundamental de igualdad, comprometiéndose, además, en romper el monopolio de los partidos políticos, garantizando el principio de libre acceso a la información. En 2009, durante la llamada “Revolución Iraní”, tras los comicios presidenciales celebrados en Irán el 12 de junio de 2009, de los cuales se desprendió la cuestionada reelección de Mahmoud Ahmadinejad,³⁵ grupos de ciudadanos inconformes emplearon Internet y las redes sociales para organizar y dar a conocer al mundo su firme rechazo a los resultados que arrojaron esos comicios. En la mencionada revuelta —antecedente directo de la Primavera Árabe—,³⁶ no pocos expertos y periodistas se refirieron a Internet como un *medio libertador*.

La inusitada movilización de la sociedad iraní evidentemente despertó gran interés en la prensa internacional. El diario *The New York Times* incurrió en obvia exageración al señalar que los manifestantes *disparaban tweets frente a las balas*.³⁷ Algunos analistas afirmaron que la mitificación libertaria de las redes sociales durante la revuelta iraní, en realidad respondió a propósitos eminentemente mercadológicos de Twitter y Facebook. La revuelta ciudadana en Irán, sin embargo, anticipó el inesperado desarrollo de otros movimientos de indignación y protesta, como los registrados durante los años inmediatos en Arabia Saudí, Argelia, Baréin, Egipto, Irán, Irak,

³⁵ Ahmadinejad, quien llegó al poder en 2005, según los datos oficiales obtuvo 62.63 por ciento de los votos en los comicios celebrados en 2009. Mir-Hossein Mousavi, principal candidato opositor, recibió 33 por ciento de los sufragios.

³⁶ En el libro *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet* (2012), Manuel Castells señala las revueltas en Túnez e Islandia como preludio de la “Primavera Árabe”.

³⁷ Véase: <http://www.rsf-es.org/grandes-citas/dia-contra-censura-en-internet/a2011-dia-mundial-contra-la-censura-en-internet/frente-a-la-censura-solidaridad-en-la-red/> Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2014.

Jordania, Kuwait, Líbano, Libia, Marruecos, Mauritania, Omán, Sahara Occidental, Somalia, Siria, Sudán, Túnez, Yemen y Yibuti. La prensa internacional designó a ese conjunto de movimientos de liberación ciudadana como “Primavera Árabe”.

En Sidi Buzid, pequeña ciudad en el centro de Túnez, Mohamed Buazizi, de 26 años y vendedor ambulante, tras ser víctima de recurrentes actos de corrupción –fue confiscado su puesto de frutas por la policía local tras negarse a pagar soborno– decidió inmolarsse. Ese hecho detonó manifestaciones públicas que fueron brutalmente reprimidas por la policía. El 12 de enero de 2011 el general Rachid Ammar, jefe del Estado Mayor de las Fuerzas Armadas, se negó a disparar contra los manifestantes. Fue depuesto. Sin embargo, dos días después el dictador Ben Alí y su familia abandonaron Túnez y se refugiaron en Arabia Saudí. Ben Alí detentaba el poder desde 1987. La caída de Alí no contuvo la ira de los manifestantes, cuyas acciones fueron coordinadas desde Internet y las redes sociales por ciberactivistas, quienes además contribuyeron a la difusión de éstas a través de Al Jazira.

De ninguna manera pretendo afirmar que Internet y los nuevos medios sociales detonaron tales revueltas. En realidad las expresiones de protesta ciudadana fueron consecuencia de profundas desigualdades, miseria, autoritarismo, exclusión social, corrupción, así como de la enorme manipulación informativa que prevalecía en esas naciones. Sin embargo, debemos reconocer que la notoriedad mediática que alcanzaron tales movimientos de indignación y protesta ciudadana, definitivamente resultarían improbables sin el empleo de Internet como de las principales redes sociales. Inclusive en Egipto, Libia, Túnez y Yemen la ciudadanía consiguió deponer a sus respectivos jefes de Estado, quienes habían logrado conservar el poder durante décadas. Cuando las redes de solidaridad y movilización han soportado el activismo ciudadano a través de las redes sociales, los movimientos de indignación y protesta han resultado capaces de terminar con longevas dictaduras.

Un aspecto particularmente interesante en la llamada “Primavera Árabe” fue la singular batalla informativa que libraron los nuevos

medios sociales frente a los medios masivos convencionales. Los medios masivos convencionales se desempeñaron como firmes aliados de los jefes de gobiernos autoritarios y represores. Frente al discurso unilateral autoritario, decretado desde el poder para ser reproducido literalmente por los medios convencionales, la ciudadanía respondió apropiándose de las redes sociales, y a través de éstas expresó críticas y cuestionamientos a sus gobernantes. Los movimientos de liberación nacional en el llamado “mundo árabe” sencillamente confirmaron las posibilidades subversivas de las “tecnologías liberadoras”, destacando, en particular, el empleo de las redes sociales.

El uso subversivo de las redes sociales durante la revolución en Islandia, el levantamiento en Túnez y la llamada “Primavera Árabe”, de ninguna manera representó un hecho aislado. También fueron empleados Internet y las principales redes sociales durante el Movimiento 15-M en España, los inconformes en el Reino Unido y en el movimiento *Occupy Wall Street* en Estados Unidos.

En México, hasta el primer cuatrimestre de 2012 habíamos permanecido relativamente indiferentes y ajenos a las razones universales de la indignación y protesta, expresadas en otras naciones a través de movimientos ciudadanos que comenzaron a emplear imaginativamente Internet y las redes sociales. Sin embargo, de pronto todo cambió. Ocurrió cuando nadie lo esperaba y en una universidad particular. La gestación del movimiento estético #Soy132 definitivamente alteró la monotonía de las campañas presidenciales.

2. Principales estadísticas sobre Internet y redes sociales en México

2.1 Cifras de la Internet World Stats

En marzo de 2012 fueron estimados 113,724,226 habitantes en los Estados Unidos Mexicanos, y 42 millones de usuarios de Internet. La IWS estableció la penetración de Internet en México en 36.9 por ciento y estimó poco menos de 31 millones de usuarios de Facebook (30,990,480), quienes representaban 73.78 por ciento del total de

usuarios de Internet en el país (42 millones). Según la IWS, de cada 100 usuarios de Internet en México 74 eran usuarios de Facebook.

2.2 Cifras de INEGI

A partir de 2005 el Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI) comenzó a ofrecer información sobre la disponibilidad y el uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares de las familias mexicanas. En agosto de 2012 INEGI dio a conocer las *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicación en los hogares, 2011*.³⁸ En 2011 fueron estimados 32.7 millones de usuarios de Internet en México y la penetración de Internet en la población fue establecida en 23.3 por ciento. Según INEGI, sólo dos de cada diez hogares en México tenían acceso a Internet. De acuerdo con INEGI estos fueron los porcentajes de usuarios de Internet por entidad federativa en 2011:

Tabla 1 Porcentaje de usuarios de Internet por entidad federativa (2011).

Entidad	Porcentaje de usuarios de Internet
Baja California Sur	40.7
Distrito Federal	38.7
Baja California	38.1
Quintana Roo	36
Nuevo León	34.7
Sonora	33.3
Tamaulipas	32
Colima	28.9
Jalisco	28.9
Aguascalientes	28.8

³⁸ Véase:

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2011.pdf Consultado: 5 de enero de 2015. Los resultados de la encuesta fueron presentados públicamente en agosto de 2012, la información corresponde a mayo de 2011. En ese estudio fue considerado como usuario de Internet la persona que tenía seis o más años de edad, y que ha accedido y realizado alguna actividad en Internet en los últimos 12 meses.

Morelos	27.1
Chihuahua	26.5
Querétaro	26.4
Sinaloa	25.6
Coahuila	24.9
Durango	24.3
Yucatán	23.3
Campeche	22.2
Nayarit	21.9
México	21.7
San Luis Potosí	20.4
Tabasco	16.5
Guanajuato	16.4
Puebla	16.2
Zacatecas	15.6
Veracruz	14.9
Michoacán	14.4
Hidalgo	13.4
Guerrero	11.8
Tlaxcala	11.7
Chiapas	10.4
Oaxaca	8.0

Fuente: INEGI.

2.3 Cifras de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) sobre la penetración de Internet y redes sociales en México

El 17 de mayo de 2012, en el marco de las actividades del Día Mundial de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información – que la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) insiste en promover como “Día Mundial de Internet”–, la AMIPCI dio a conocer los resultados del estudio *Hábitos de los usuarios de Internet en México 2012*.³⁹

Debemos tener presente que el mencionado estudio recuperó información recabada durante el año anterior inmediato (2011). En el

³⁹ El citado estudio de la AMIPCI puede ser consultado en: <http://www.ampci.org.mx/?P=esthabitos>

citado estudio de la AMIPCI fue incluido un apartado sobre redes sociales, realizado por la firma Elogia.

De acuerdo con lo asentado en el citado estudio de la AMIPCI, fueron estimados 40 millones 600 mil usuarios de Internet en México.⁴⁰ Nueve de cada 10 usuarios de Internet empleaba las redes sociales como su principal actividad de entretenimiento en línea y 19 por ciento del total de usuarios de redes sociales sólo tenía un año utilizándolas. El internauta mexicano estaba inscrito en 4 redes sociales, en promedio, y las redes sociales más utilizadas eran Facebook, YouTube, Twitter, Google+ y Hi5.

Las principales razones por las cuales algunos usuarios de Internet no utilizaban las redes sociales fueron: “no me interesa o no me divierte” (62 por ciento); “protección de datos” (53 por ciento); “no tengo tiempo” (41 por ciento); “cancelé las que usaba” (27 por ciento); “no sé como funcionan” (17 por ciento). En la tabla “Top 5 Redes Sociales más usadas”, la AMIPCI consignó la siguiente información relativa al uso de las principales redes sociales:

Tabla 2. “Top 5 Redes Sociales más usadas en México”.

Red Social.	Aspectos generales.
Facebook.	90% de los internautas mexicanos inscritos. 90% accede diariamente. 46% accede desde “Smartphone”.
YouTube.	60% de los internautas mexicanos inscritos. 77% accede diariamente. 23% accede desde “Smartphone”.
Twitter.	55% de los internautas mexicanos inscritos.

⁴⁰ En el *Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*, investigación realizada por el Tecnológico de Monterrey para el World Internet Project Capítulo México (WIP-México), cuyos resultados dimos a conocer en junio de 2011, reportamos 40 millones 40 mil usuarios de Internet en México. Si tomamos en consideración que los estudios de la AMIPCI presentan información que fue recabada durante el año anterior inmediato, podemos afirmar que los resultados que arrojaron ambos estudios coincidieron al estimar poco más de 40 millones de usuarios de Internet en México.

	61% accede diariamente. 47% accede desde “Smartphone”.
Google+.	34% de los internautas mexicanos inscritos. 44% accede diariamente. 20% accede desde “Smartphone”.
Hi5.	25% de los internautas mexicanos inscritos. 10% accede diariamente. 8% accede desde “Smartphone”.

Fuente: AMIPCI.

En el estudio de la AMIPCI también fueron consideradas algunas preguntas relativas a la participación ciudadana en la política y el empleo de las redes sociales. En los meses previos a la celebración de las elecciones presidenciales del primer domingo de julio de 2012, 51 por ciento de los usuarios de redes sociales en México afirmaron haber dado clic a propaganda política en Internet, y 4 de cada 10 usuarios de redes sociales que dieron clic a mensajes propagandísticos se hicieron “fans” de algún candidato o partido. Además 4 de cada 10 internautas mexicanos que se hicieron fans o seguidores de algún candidato a través de alguna red social, afirmaron que votarían por ese candidato en las elecciones de julio de 2012.

2.4 Cifras del World Internet Project sobre Internet y redes sociales en México

De acuerdo con los resultados que arrojó el *Estudio 2012* de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas, realizado por el World Internet Project México (WIP-México),⁴¹ el total de usuarios de Internet en México fue estimado en 52,300,000⁴².

⁴¹ El *World Internet Project* (WIP) es una iniciativa del doctor Jeffrey Cole, destacado académico e investigador estadounidense, quien se desempeña como director del Centro para el Estudio del Futuro Digital en Annenberg School for Communication, en la Universidad del Sur de California, Estados Unidos (en la cual laboran Henry Jenkins y Manuel Castells, entre otros destacados investigadores). En la iniciativa del doctor Cole actualmente participamos más

Debemos tener presente que en el estudio correspondiente a 2011 fueron estimados 40,600,000 usuarios de Internet en México. Ello significa que en el periodo 2011-2012, el número de usuarios de Internet creció 11 millones 700 mil. Tan significativo incremento principalmente se debió al uso cada vez más extendido de dispositivos digitales móviles con acceso a Internet (teléfonos celulares con acceso a Internet, teléfonos inteligentes y tabletas).

Con base en el total de usuarios de Internet en México que reportó el estudio del WIP-México en 2012 (52,300,000), y tomando en cuenta la población estimada en marzo de 2012 por la IWS en México (113,724,226 habitantes), podemos establecer que la penetración de Internet en México fue 46.86 por ciento, cifra que nos ubicaría 12.56 por ciento por encima del promedio mundial establecido por la IWS en marzo de 2012 (34.3 por ciento); y 3.96 por ciento por encima del promedio estimado por la IWS para América Latina y el Caribe (42.9 por ciento). Sin embargo, la penetración de Internet en México estaba 9.24 por ciento abajo del promedio estimado por la IWS en el continente americano (56.1 por ciento). Esta es la penetración que presentaba Internet en México en 2012:

De acuerdo con los resultados que arrojó nuestro estudio, en 80 por ciento de los hogares de las familias mexicanas al menos podíamos encontrar un usuario de Internet –aunque el acceso a Internet no necesariamente fuera realizado desde el hogar—. En nuestro estudio estimamos 900,000 niños menores de 3 años que son usuarios de Internet.⁴³ Además más de 7 millones de usuarios de Internet tenían menos de 11 años de edad y la mayor parte de los usuarios de Internet (30.3 millones) tenían entre 12 y 25 años. Vale la pena destacar que entre los 18 y 25 años de edad fueron estimados poco más de un millón de internautas. Ese segmento poblacional

de 35 centros de investigación ubicados en los cinco continentes. Véase

<http://www.worldinternetproject.net/#news>

⁴² Esa cifra colocaba a México entre los doce primeros países con el mayor número de usuarios en el mundo: en 2012: 1. China, 2. Estados Unidos, 3. India, 4. Japón, 5. Brasil, 6. Rusia, 7. Alemania, 8. Indonesia, 9. Reino Unido, 10. Francia, 11. Nigeria.

⁴³ En el estudio realizado en 2011 habíamos estimado 300,000 internautas mexicanos menores de 4 años de edad.

precisamente comprende a los ciudadanos que por primera vez emitieron su voto en una elección presidencial –quizá pudieron emitir sus sufragios en las elecciones intermedias, más no en la anterior elección presidencial, celebrada el primer domingo de julio de 2006–, pues sencillamente no tenían la edad necesaria para poder hacerlo (18 años).

Grafico 1. Penetración de Internet en México, 2012.

Fuente: WIP México.

La interacción en redes sociales fue una de las principales actividades de los usuarios de Internet en México. En años recientes el correo electrónico fue perdiendo terreno frente a nuevas prácticas comunicativas susceptibles de ser realizadas a través de determinadas redes sociales (Twitter, principalmente). Los usuarios de Internet más jóvenes han desplazado a Twitter los servicios de mensajería que con anterioridad realizaban a través del correo electrónico. En México el uso del correo electrónico se asocia más con personas de mayor edad (32 años en adelante). En cambio las redes sociales principalmente son utilizadas por personas más jóvenes.

Grafico 2. Principales actividades en Internet.

Fuente WIP: México

Sobre el empleo que admitió Internet durante el desarrollo de las campañas presidenciales, advertimos que seis de cada diez usuarios de Internet en México afirmaron haber seguido el desarrollo de las campañas presidenciales a través de Internet, y 43 por ciento destacaron que la información en Internet influyó en el sentido de su voto. Ello lo podremos apreciar en el siguiente gráfico, en el cual además destacamos las redes sociales más utilizadas en el seguimiento de las campañas presidenciales.

Grafico 3. Internet y las elecciones presidenciales en 2012.

Fuente: WIP México

2.5 Cifras de IAB capítulo México sobre Internet y redes sociales en México

A finales de enero de 2013, la Interactive Advertising Bureau Capítulo México (IAB México) dio a conocer los resultados de la quinta edición del *Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2013*, el cual fue realizado por la firma Millward Brown.⁴⁴

El estudio incluyó información recabada a finales de 2012. El total de usuarios de Internet en México (46,600,000) fue establecido a partir de un dato proporcionado por e-Marketer, firma que determinó el total de usuarios de Internet en México con base en el promedio de los resultados que arrojaron los principales estudios. En 2012 el tiempo promedio diario dedicado a Internet ascendía a 4 horas 13 minutos. Al disponer de un mayor número de dispositivos móviles, los internautas mexicanos pueden permanecer más tiempo en Internet y realizar un mayor número de actividades (6), además visitan más sitios web. En 2011 el promedio de sitios web visitados (buscadores, redes sociales, correo electrónico, chats, etc.) fue 5.78. En 2012 fue 8.41.

En 2012 las redes sociales fueron el segundo ambiente comunicativo en Internet más consultado por los internautas mexicanos interesados en buscar información –el primero fueron los buscadores–. Nueve de cada diez internautas mexicanos (88 por ciento) están registrados en alguna red social. En el cuarto estudio de la IAB México, correspondiente a 2011, se estimó que 87 por ciento de los internautas mexicanos estaban registrados en alguna red social. Si bien entre 2011 y 2012, el incremento en el porcentaje de internautas registrado en redes sociales no es significativo (uno por ciento), resulta interesante advertir que los internautas mexicanos realizaron más actividades en las redes sociales, como ver y subir fotos, enviar mensajes instantáneos, publicar mensajes personales y ver actualizaciones de contactos. En 2012, 86 por ciento de los internautas mexicanos compartieron fotografías –principalmente a

⁴⁴ Véase: <https://www.box.com/s/r7f9fkqc0yet47thw3kk> Fecha de consulta: 22 de diciembre de 2014.

través de Facebook—, y videos (42 por ciento), principalmente a través de YouTube.

En 2012 la red social más popular en México fue Facebook (utilizada por 96 por ciento de los internautas mexicanos); en segundo lugar Twitter (58 por ciento); en tercer lugar hi5 (35 por ciento); en cuarto lugar Google+ (33 por ciento); y en quinto lugar myspace (26 por ciento). LinkedIn fue ubicada en la décima posición (7 por ciento). Entre las redes sociales consideradas en los estudios de la IAB correspondientes a 2011 y 2012, Twitter observó el incremento más significativo en términos de uso y popularidad (45 por ciento en 2011 y 58 por ciento en 2012). Sin embargo, conviene tener presente que Google+ no fue considerada en el estudio de 2011.

2.6 Cifras de Consulta Mitofsky sobre redes sociales en México

De acuerdo con los resultados que arrojó el estudio *Perfil de usuario de redes sociales en Internet: Facebook y Twitter. 2012*, realizado por Consulta Mitofsky, Twitter tenía más penetración en jóvenes y personas con altos niveles de escolaridad, y que se ubican en los estratos económicos con mayor poder adquisitivo; 60 por ciento de los usuarios de Twitter en México tienen entre 18 y 30 años de edad, y 95 por ciento habitan en zonas urbanas.

Según la encuesta de Consulta Mitofsky, los usuarios de redes sociales expresaron acentuada desconfianza hacia las instituciones, como sindicatos, senadores, diputados, policía y partidos políticos, además de pronunciado desinterés por la política (50 por ciento). Solo 16 por ciento de los usuarios de Twitter manifestaron interés por la política, frente a 12 por ciento de los usuarios de Facebook y 8 por ciento de los no usuarios de redes sociales. Además, según el citado estudio sólo 13 por ciento de los usuarios de Twitter publicaba un comentario al día.

3. La “Primavera Mexicana”

3.1 Antecedentes. Las elecciones presidenciales en 2006

En los comicios presidenciales celebrados el primer domingo de julio de 2006, a Felipe Calderón, candidato del Partido Acción Nacional (PAN) fueron reconocidos 15,000,284 votos legales (35.89 por ciento)⁴⁵; a Andrés Manuel López Obrador, candidato de la coalición Por el Bien de Todos, integrada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), Partido del Trabajo (PT) y Convergencia fueron reconocidos 14,756,350 sufragios (35.33 por ciento)⁴⁶; Roberto Madrazo Pintado, candidato de la coalición Alianza por México que integraron el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), recibió 9,301,441 votos (22.26%).⁴⁷ Además participaron Patricia Mercado Castro por el Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina, y Roberto Campa Cifrián por el Partido Nueva Alianza, del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE). La diferencia en el número de votos legales emitidos a favor de Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador fue de 243,934 sufragios (0.5 por ciento). En tan cerradas elecciones es posible afirmar que lo que se hizo en Internet como también lo que dejó de hacerse, resultó determinante en el resultado de esos comicios.

3.2 Las elecciones intermedias en 2009

En las llamadas elecciones intermedias, celebradas el primero domingo de julio de 2009, en las cuales fue renovada la Cámara de Diputados, Twitter observó un papel incipiente. Apenas un reducido número de candidatos a puestos de elección ciudadana tenían cuentas en la referida red social. Además básicamente empleaban Facebook

⁴⁵ El PAN es el partido político de la derecha, la cual llegó al poder en el año 2000 con Vicente Fox Quezada.

⁴⁶ López Obrador fue el candidato de los partidos de izquierda que integraron la Coalición “Por el Bien de Todos”. Los partidos que integraron esa coalición fueron el Partido de la Revolución Democrática (PRD), Partido del Trabajo (PT) y Convergencia -hoy Movimiento Ciudadano-.

⁴⁷ Madrazo Pintado fue el candidato de la “Alianza por México” que integraron el Partido Revolucionario Institucional (PRI) -que gobernó México desde 1929 hasta el año 2000-, y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

para dar a conocer la agenda de sus actividades en campaña a sus escasos seguidores. A través de Facebook también fueron realizados algunos esfuerzos destinados a persuadir a la ciudadanía de anular sus votos.

En los movimientos orientados a estimular la anulación del voto ciudadano participaron activamente miembros y simpatizantes del Partido Acción Nacional, quienes parecían anticipar el negativo saldo electoral que dejaría la guerra emprendida por el presidente Felipe Calderón contra los grandes carteles del narcotráfico –como efectivamente ocurrió–. El país vivía abrumado por la inseguridad y la violencia, y la ciudadanía decidió castigar al presidente Felipe Calderón y al PAN en las urnas.

A pesar de los negativos resultados que el PAN recibió en las elecciones intermedias –que de facto era dirigido por el presidente Felipe Calderón–, el partido de la derecha no fue capaz de corregir el rumbo. Con gran antelación a la celebración de los comicios presidenciales del primer domingo de julio de 2012, la mayoría de los especialistas pronosticaba que el PAN perdería el poder, como efectivamente ocurrió.

3.3 Las elecciones en el Estado de México, 2011

Las elecciones en el Estado de México –la entidad más poblada del país y la que cuenta con el mayor número de electores registrados en el padrón electoral–, por celebrarse un año antes de los comicios presidenciales, son consideradas como lógico laboratorio de experimentación propagandística en la perspectiva de las elecciones presidenciales, las cuales siempre son celebradas un año después, en este caso, en julio de 2012.

En los comicios para elegir al nuevo gobernador del Estado de México –3 de julio de 2011–, el equipo de campaña de Eruviel Ávila⁴⁸ desplegó una intensa ofensiva a través de las redes sociales, la cual

⁴⁸ Candidato de la coalición que integraron el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), y el Partido Nueva Alianza (PANAL).

incluyó la primera adquisición masiva de *bots* para propósitos electorales en México. Esa operación efectivamente permitió incrementar en poco tiempo el número de seguidores de Eruviel Ávila en las redes sociales. En el desarrollo de la campaña de Eruviel Ávila en el Estado de México, el PRI anticipó algunas de las acciones que implementaría a través de Internet y en las redes sociales durante la campaña presidencial en 2012.

El equipo de campaña de Eruviel Ávila en Internet operó para conseguir que en los principales buscadores en la red, los nombres de los candidatos opositores —Luis Felipe Bravo Mena (PAN) y Alejandro Encinas Rodríguez (PRD)— remitieran a las páginas web de Eruviel Ávila. La única esperanza de impedir el retorno del PRI al poder dependía de la eventual derrota de Eruviel Ávila en los comicios en el Estado de México. Sin embargo, no fue así. Los candidatos del PAN y PRD (Bravo Mena y Encinas) fueron vapuleados en las urnas.

En las elecciones en el Estado de México, el PRI no escatimó recursos lícitos e ilícitos para garantizar el triunfo de Eruviel Ávila. De igual forma procedería el PRI en las campañas presidenciales en 2012, en las cuales tampoco escatimó recursos lícitos e ilícitos para garantizar el triunfo de Enrique Peña Nieto, posibilitando el consecuente arribo al poder del llamado “Grupo Atlacomulco” —poderosa cofradía de industriales, empresarios y políticos, dueños indiscutibles del poder en el Estado de México, al cual precisamente pertenece Enrique Peña Nieto—.

3.4 El candidato de Televisa

Mucho antes de que el PRI designará a Enrique Peña Nieto como su candidato presidencial, amplios sectores de la sociedad advirtieron el privilegiado tratamiento informativo que Televisa, la principal cadena de televisión en México, venía concediendo a Enrique Peña Nieto, quien se había desempeñado como gobernador del Estado de México durante el periodo 2005-2011. La citada televisora observó un rol protagónico en el diseño y desarrollo de la candidatura presidencial de Peña Nieto, la cual, de acuerdo con el destacado periodista Jenaro

Villamil, dio inicio desde el arranque mismo del gobierno del presidente Felipe Calderón (2006): “El sexenio de Televisa inició antes de las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2006 y pretende prolongarse más allá del 2012” (Villamil. 2010: 13).

Alejandro Quintero, entonces uno de los principales directivos de Televisa, desde 2003: “tomó el control de los contenidos de Televisa para subordinarlos a la estrategia de comercialización” (Villamil 2012: 23). Televisa comercializaría, como cualquier producto, la imagen del mencionado político mexiquense, y para ello creó una serie de empresas encargadas de promover la imagen del entonces gobernador del Estado de México (TVPromo, Radar Servicios Especializados y Mediamates Group). La imagen pública de Enrique Peña Nieto estaba pues en manos de Televisa. Inclusive los spots promocionales del Quinto Informe de Gobierno de Enrique Peña Nieto, en el Teatro Morelos, estuvieron a cargo de Pedro Torres, el productor estelar de Televisa”.⁴⁹

Las investigaciones periodísticas realizadas por Jenaro Villamil —*Si yo fuera presidente. El reality show de Peña Nieto* (2009) y, *El sexenio de Televisa. Conjuras del poder mediático en México* (2010) han documentado la

⁴⁹ A partir del año 2000 Televisa y TV Azteca decidieron participar de forma más directa en la política nacional y no depender ya del cabildeo a modo que habían venido realizando a su favor determinados *brokers* de la política nacional, como Emilio Gamboa Patrón, líder de la Confederación Nacional Obrera Popular (CNOP), una de las columnas vertebrales del voto corporativo priista. A partir del año 2000, ex empleados de las televisoras, como Jorge Mendoza Garza -quien se desempeñó como vicepresidente de Información y Asuntos Públicos en Televisión Azteca, y posteriormente como presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)-, y por supuesto, algunos políticos que han cultivado una estrecha relación con las televisoras, lograron ser postulados por los partidos políticos —principalmente PRI y PVEM- para ir ocupando cada tres años un mayor número de curules en la Cámara de Diputados, conformando así la llamada “telebancada”, cuya función principal radica en defender los intereses de Televisa y TV Azteca en el congreso. Las televisoras ni siquiera se han preocupado por disimular la subordinación de la telebancada a sus intereses. Ninfa Salinas, hija de Ricardo Salinas, dueño de TV Azteca, en la LXII Legislatura llegó al Senado de la República por el principio de representación proporcional.

participación de Televisa⁵⁰ en la costosa promoción de Enrique Peña Nieto como precandidato y luego candidato presidencial. En 2009, Jenaro Villamil afirmó:

“Peña Nieto se ha convertido en una gran inversión y no en un proyecto político genuino. Es el producto más vulnerable y maleable de cuantos han existido en el Grupo Atlacomulco. No es el primer gobernante de la entidad más poblada del país que ha aspirado ser presidente. Antes que él, Carlos Hank González, Alfredo del Mazo González, Emilio Chuayffet y Arturo Montiel acariciaron esa ambición. Y no lo lograron. Se movieron bajo las reglas antiguas de la institucionalidad priista y, al cumplirlas, sólo se quedaron con sus pretensiones frustradas. A cambio, se enriquecieron ellos y sus principales colaboradores (...) Lo singular en el caso de Peña Nieto es la sustitución de aquellas viejas reglas del PRI por unas nuevas dependientes del poder mediático: la suplantación de la política por la mercadotecnia, la construcción de un liderazgo aparente cuyo afianzamiento depende más del rating que de la eficacia y la credibilidad. Le ha apostado todo a la inversión publicitaria, a la compra intensiva de tiempo y apoyo en la televisión mexicana, especialmente en Televisa. Es el resultado de una realidad virtual”. (Villamil 2009:15-16).

3.5 El candidato de las casas encuestadoras

Si Televisa observó un papel protagónico en el diseño de la candidatura presidencial de Enrique Peña Nieto, algunas firmas dedicadas a la investigación del mercado electoral también realizaron

⁵⁰ A mediados de la década de 1980 la credibilidad informativa de Televisa fue ampliamente cuestionada. El noticiero *24 Horas*, a cargo del periodista Jacobo Zabludovsky, inclusive fue objeto de un boicot publicitario, promovido por Manuel de Jesús Clouthier, candidato del PAN a la presidencia de la República en 1988. Emilio Azcárraga Milmo –padre de Emilio Azcárraga Jean, dueño de Televisa, y quien por esas fechas se declaró “soldado del PRI” (Fernández y Paxman, 2000)–, así definió la política informativa de Televisa: “Nosotros somos del PRI, siempre hemos sido del PRI; no creemos en ninguna otra fórmula. Y como miembros de nuestro partido haremos todo lo posible porque nuestro candidato triunfe” (Fernández y Paxman 2000, pág. 320).

una relevante contribución a su campaña presidencial. Los resultados de los estudios realizados por determinadas casas encuestadoras –destacando algunas firmas que trabajan para Grupo Televisa–, respondieron a la necesidad de *persuadir* a amplios sectores de la ciudadanía de la *ventaja definitiva* que había logrado establecer Enrique Peña Nieto sobre los otros candidatos presidenciales.

Jenaro Villamil señaló que la tarea que fue asignada a determinadas casas encuestadoras fue realizar *spots inductivos*. Los resultados que ofrecieron a la opinión pública algunas casas encuestadoras –afirma Villamil– formaron parte de la estrategia propagandística de Enrique Peña Nieto.

“Supervisado directamente por Pedro Torres y por Alejandro Quintero a través de su representante Montserrat Barrios, el Proyecto Jorge fue de alta confidencialidad. Para Televisa constituyó el secreto mejor guardado porque en él están las huellas de toda su intervención a favor de Peña Nieto en la campaña de 2012. Para Peña Nieto y su equipo fue oficialmente inexistente. La clave del Proyecto Jorge es que no debía dejar huella fiscal ni contable. No hay facturas, no hay contratos. El dinero se manejó en efectivo (...) En el Proyecto Jorge trabajó también la publicista Ana María Olabuenaga, así como la responsable del manejo de redes sociales de Peña Nieto, Alejandra Lagunes, ex directiva de Google México y de Grupo Televisa” (Villamil 2012: 41).

A pesar de todo el apoyo que brindaron algunas casas encuestadoras a Enrique Peña Nieto, su triunfo aún no estaba decidido, pues como atinadamente afirman Galindo y González, el porcentaje de indecisos y posibles *switchers* era aún considerable: “El 30 de marzo, al inicio de la campaña, 60% de los electores eran switchers (no habían definido su voto). El 1 de julio, día de las elecciones, el 40% seguían siendo switchers”. (Galindo y González 2002: 23). En días previos a la celebración de las elecciones, el PRI desplegaría una estrategia destinada a comprar votos para asegurar el triunfo de Enrique Peña Nieto en las urnas.

3.6 Las posibilidades de los otros candidatos

En el proceso de elección interna del candidato presidencial del PAN, Ernesto Cordero, considerado como el “delfín” del presidente Felipe Calderón, resultó vapuleado por Josefina Vázquez Mota. Las campañas internas fueron sumamente desgastantes para el PAN. Los precandidatos panistas exhibieron el cobre. No pocos militantes y simpatizantes del partido blanquiazul advirtieron el obvio distanciamiento del presidente Felipe Calderón con Josefina Vázquez Mota, a quien durante la campaña presidencial abandonó a su suerte. Durante su gestión como presidente de la República, Felipe Calderón con relativa facilidad consiguió imponer a los presidentes del PAN. Por lo que respecta a Andrés Manuel López Obrador, él venía recorriendo el país desde el inicio del gobierno de Felipe Calderón (2006). Sin embargo, Marcelo Ebrard, titular del gobierno del Distrito Federal, entonces gozaba de amplias simpatías en el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y en general entre la izquierda pues era percibido como un político moderno y vanguardista. Sin embargo, López Obrador finalmente consiguió persuadir a Marcelo Ebrard, quien optó por declinar como candidato a la presidencia. De ese modo, por segunda ocasión consecutiva (2006 y 2012), Andrés Manuel López Obrador fue el candidato de la izquierda a la presidencia de la República.

3.7 Las campañas en Internet

En la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto se realizó un amplio y costoso proselitismo a través de las redes sociales e Internet. Sin embargo, en no pocas ocasiones su equipo de campaña en Internet se vio en la necesidad de atenuar críticas y cuestionamientos, como los que produjo un torpe y ofensivo mensaje de José Luis Torre, novio de Paulina –hija de Enrique Peña Nieto–.

El novio de Paulina descalificó a los detractores de Peña Nieto llamándoles “bola de pendejos que forman parte de la prole y que sólo critican a quien envidian”. Mediante su perfil en Twitter (@Pau_95Pena), Paulina, hija de Enrique Peña Nieto, retuiteó el mensaje de su novio. Ese hecho obviamente desató una furiosa

respuesta ciudadana en las redes sociales, a partir del *hashtag* #soyprole. La cuenta de Paulina fue suspendida algunas horas. La historia concluyó con un mensaje de Enrique Peña Nieto en Twitter, informando a la opinión pública que había reprendido a su hija. Semanas antes, Enrique Peña Nieto había sido vapuleado en las redes sociales tras no ser capaz de poder citar sus tres libros predilectos, al ser entrevistado por algunos reporteros en el marco de la Feria Internacional del Libro, en Guadalajara.

Durante los primeros días de mayo fue incorporado a YouTube el video *La verdad de Peña Nieto en Twitter*,⁵¹ el cual ofreció evidencias de las operaciones emprendidas por grupos de tuiteros que participaron en la campaña de Enrique Peña Nieto,⁵² quienes recibían indicaciones para restar fuerza a “*hash tags*” y “*trending topics*” adversos a Peña Nieto, replicando, por consigna, determinados lemas de campaña que les eran indicados por sus pastores, como: “este es momento de México”. “Enrique Peña Nieto comprende a las mujeres”.

4 El movimiento estético #YoSoy132

Primero #Soy132 fue un *trending topic*. Sin embargo, en pocos días transitó a la condición de un movimiento estético que estableció un parteaguas definitivo en el desarrollo de las campañas presidenciales.

4.1 El viernes negro de Enrique Peña Nieto. La entrevista con Carmen Aristegui y la conferencia en la Universidad Iberoamericana

Hasta mediados de mayo de 2012, Televisa efectivamente había conseguido apartar a Enrique Peña Nieto de incómodos cuestionamientos. Durante su campaña en pos de la presidencia, Peña Nieto

⁵¹ Véase: *La verdad de Peña Nieto en Twitter*. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=mcy5uT4TygA> Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2014.

⁵² De acuerdo con Sergio José Gutiérrez Hernández, creador del Movimiento Nacional de Cibernautas (MNC), 33 mil simpatizantes de Enrique Peña Nieto se coordinaron con el grupo de @activistas a cargo de Alejandra Lagunes.

sólo había concedido tersas entrevistas a algunas celebridades del mundo del espectáculo y sociales, así como a comentaristas de deportes, Raúl Orvañanos, por ejemplo.

Sin embargo, la mañana del viernes 11 de mayo, la periodista Carmen Aristegui realizó una aguda e inteligente entrevista a Enrique Peña Nieto, en el espacio informativo que ella conducía en MVS Radio (102.5 FM). La entrevista de Aristegui generó profunda preocupación en Televisa. Alejandro Puente Córdoba, entonces presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (Canitec) —organismo manejado por Televisa—, pagó la inserción de un desplegado que fue publicado el lunes 15 de mayo en algunos de los principales diarios nacionales. El entonces presidente de la Canitec consideró ofensivas algunas de las preguntas que la periodista había formulado al candidato presidencial de la Coalición Compromiso por México. En el desplegado, Puente además señaló Carmen Aristegui "cabildera" del acaudalado empresario Carlos Slim, dueño de Grupo Carso⁵³. Ese mismo día Aristegui, a través de su espacio informativo en MVS Radio⁵⁴, dio puntual respuesta al desplegado de Puente.

Poco minutos después de la entrevista que Enrique Peña Nieto sostuvo con Carmen Aristegui, el candidato presidencial de la Coalición Compromiso por México asistió a una conferencia en la Universidad Iberoamericana (UIA), propiedad de la Compañía de Jesús. Enrique Peña Nieto arribó a la Ibero a las 10:15 horas. Todo permitía suponer que su participación en las jornadas "Buen Ciudadano Ibero", en las cuales ya había participado Andrés Manuel López Obrador, no representaría dificultad alguna al candidato presidencial del PRI y el PVEM. No fue así.

Para los simpatizantes de Enrique Peña Nieto —@activistas—⁵⁵ habían sido reservadas las primeras filas del auditorio José Sánchez

⁵³ Disponible en: <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=244827>
Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2014.

⁵⁴ *¿Qué le dolió a Televisa?:* Carmen Aristegui. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=MeK2bG4TN2Q&feature=relmfu> Fecha de consulta: 28 de septiembre de 2014.

⁵⁵ Título adoptado por los grupos juveniles que simpatizaban con Enrique Peña Nieto durante su campaña.

Villaseñor, tal como lo había exigido el equipo de campaña del candidato de la Coalición Compromiso por México. Sin embargo, algunos estudiantes de la UIA decidieron descomponerle el guión a Enrique Peña Nieto.

En el mencionado auditorio, alrededor de 100 personas alzaron pancartas objetando la presencia de Peña Nieto en la Universidad Iberoamericana. Afuera del auditorio más de 800 estudiantes protestaban. Algunos testigos afirman que miembros del equipo de campaña de Peña Nieto ofrecían entre 250 y 500 pesos a los estudiantes para no levantar carteles en contra del candidato y abstenerse de formularle preguntas incómodas. Ello irritó aún más a los asistentes. El candidato presidencial del PRI fue objeto de duros e inesperados cuestionamientos por parte de los estudiantes⁵⁶. Además Peña Nieto se vio en la necesidad de huir penosamente del recinto universitario.

En respuesta a lo sucedido, algunos de los principales directivos del PRI, como Pedro Joaquín Coldwell, entonces presidente del Comité Ejecutivo Nacional del PRI; Emilio Gamboa, secretario general de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), y Arturo Escobar, vocero del Partido Verde Ecologista de México, calificaron a los estudiantes de la UIA como fascistas, intolerantes, porros, acarreados y provocadores.

José Carreño Carlón,⁵⁷ entonces profesor de la UIA, quien durante el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) se desempeñó como responsable de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, en una entrevista con el periodista Joaquín López Dóriga, en Radio Fórmula, afirmó que quienes habían cuestionado a Enrique Peña Nieto en el

⁵⁶ Las neuróticas expresiones de la dirigencia priista por los cuestionamientos de que fue objeto Enrique Peña Nieto en su visita a la Universidad Iberoamericana, sin duda alguna admiten un extraordinario paralelismo con las descalificaciones expresadas por Alejandro Puente a la destacada periodista Carmen Aristegui. El candidato de los “poderes fácticos” no debería ser tocado ni con el pétalo de una rosa.

⁵⁷ Con el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018), José Carreño Carlón fue designado titular del Fondo de Cultura Económica (FCE).

auditorio José Sánchez Villaseñor seguramente no eran estudiantes de la Ibero, insinuando que estaban entrenados por un grupo político.

Ese mismo día los *hashtags* #MeEscondoEnBañoComoEPN y #EPNlaIBEROnoTEquiere encabezaron los *trending topics* en México. Tras los cuestionamientos recibidos en la UIA, Enrique Peña Nieto no volvió a asistir durante su campaña a ningún acto público en ninguna universidad.

Algunos medios de comunicación que nunca han ocultado sus simpatías al PRI, como la Organización Editorial Mexicana, del empresario mueblero Mario Vázquez Raña presentaron, como en los peores días de la llamada “Presidencia Imperial” (1929-2000), una versión deformada de los hechos.⁵⁸

Además en sus respectivos espacios informativos, las dos principales cadenas de televisión en México (Televisa y TV Azteca) deliberadamente restaron importancia a lo ocurrido esa mañana en la Ibero. Algunos de los profesores de la UIA que participaban en Foro TV observaron ese día una penosa autocensura. Como es lógico suponer, la censura y la autocensura observadas por algunos medios de comunicación se convirtieron en uno de los principales ejes de protesta del movimiento estético #YoSoy132

4.2 El movimiento estético #YoSoy132

El lunes 14 de mayo de 2012, en respuesta a los inoportunos calificativos que fueron expresados por la alta dirigencia priista, 131 estudiantes de la Universidad Iberoamericana decidieron dar a conocer un video a través de YouTube: *131 Estudiantes de la Ibero responden a Coldwell: No somos “pseuoestudiantes”*. En el mencionado video, 131 estudiantes de la UIA ofrecieron información detallada que permitió confirmar que efectivamente eran alumnos de tan

⁵⁸ Véase el video *Huida de Peña Nieto de la Ibero*. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=3OV0A8t1PfA> Consultado: 28 de diciembre de 2014. Véase además: *Reacción de Enrique Peña Nieto al salir del baño de la Ibero*. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=6mYLjiP35zs> Consultado: 28 de diciembre de 2014.

reconocida casa de estudios⁵⁹ —despejando de paso las dudas que el maestro Carreño Carlón tenía sobre su procedencia—.

Precisamente de ese video derivó el movimiento estético #YoSoy132. Esa noche, en su espacio informativo en Milenio Televisión, el periodista Ciro Gómez Leyva exhibió el video que dio origen al movimiento estético #YoSoy132. Además ese mismo día el *hashtag* #YoSoy132 se convirtió en *trending topic* mundial. Como parte de las operaciones destinadas al control de daños, un grupo de simpatizantes de Peña Nieto puso en circulación un vídeo en el cual supuestos estudiantes de la UIA —que en realidad eran *activistas* recién egresados del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)—, fueron presentados como estudiantes de la UIA. Los entrevistados prodigaban elogios a Enrique Peña Nieto por la visita a *su universidad*.⁶⁰

El martes 13 de mayo, José Morales Orozco, rector de la Universidad Iberoamericana Santa Fe, mediante un comunicado dirigido a la comunidad universitaria, rechazó las acusaciones realizadas por distinguidos miembros del PRI y del Partido Verde contra los estudiantes de esa casa de estudios. Mientras tanto en las redes sociales el tema #Soy132 empezó a ser asociado con el desarrollo mismo de la elección presidencial.

A partir del llamado “viernes negro” empezó a descender la popularidad del candidato Enrique Peña Nieto. El jueves 17 de mayo de 2012, el movimiento #YoSoy132 se había convertido en el principal tema informativo, relegando a un segundo plano a las campañas de los candidatos por la presidencia. Además al movimiento estético se habían sumado un amplio número de universidades públicas como privadas.

⁵⁹ Véase: *131 Estudiantes de la Ibero responden a Coldwell: No somos “pseudoestudiantes”* Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=1iZp5ThcH8M> Fecha de consulta: 4 de abril de 2015.

⁶⁰ Véase: *El PRI usa a ex alumnos del ITAM para defender a Peña Nieto*. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=qcKn6AqPnUs> Consultado: 28 de diciembre de 2014.

El viernes 18 de mayo, el movimiento #YoSoy132 realizó sus primeras marchas de protesta. La principal, desde la Universidad Iberoamericana a las instalaciones de Televisa, en Santa Fe. En la segunda marcha alumnos del ITAM caminaron desde esa universidad a las instalaciones de Televisa San Ángel. En el recorrido los marchistas gritaron: “No somos porros, somos estudiantes”, “¡Televisa te idiotiza!”, “¡TV Azteca te apendeja!”, “¡No somos uno, no somos diez, prensa vendida, cuéntanos bien!”, “Prensa, no te vendas”. Ese día los *hashtags* #YoSoy132 y Marcha#YoSoy132 figuraron entre los primeros *trending topics* mundiales. Además reconocidos académicos e intelectuales, actores y músicos se pronunciaron a favor del movimiento estético. Esa noche finalmente las televisoras comprendieron que no podían seguir ignorando las acciones realizadas por el movimiento #YoSoy132, y se vieron en la necesidad de referir las marchas realizadas ese día en sus principales espacios informativos.

Una burda y oportunista maniobra con la que se pretendió dividir al estudiantado corrió a cargo de algunos alumnos de la Universidad Etac, ubicada en el Estado de México. Los estudiantes de la citada escuela produjeron un video relativamente similar al realizado por los estudiantes de la UIA, pero afirmando su simpatía por Enrique Peña Nieto: “No somos 131 ni 132, decimos sí a Enrique Peña Nieto”. Ese video fue objeto de una amplia cobertura en determinados medios informativos, *Milenio*, por ejemplo. En el mencionado video, que tenía una duración de un minuto con 29 segundos, 10 estudiantes de la Universidad Etac exhibieron sus credenciales para acreditarse como miembros de la referida institución educativa, procediendo a afirmar sus simpatías al ex gobernador del Estado de México:

“Cuando él esté en la Presidencia nos va a devolver a los mexicanos lo que hemos perdido, la esperanza. Gracias por no gastar tu campaña en ataques y descalificaciones, por apoyar la libertad de expresión de los jóvenes y no se nos olvide que durante tu gobierno creaste 22 campos universitarios”.⁶¹

⁶¹ Véase:

<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/e76a7d71d362008321e3beda3e5e794> Fecha de consulta: Consultado: 28 de diciembre de 2014.

El sábado 19 de mayo, el movimiento estético #YoSoy132, convocó a través de las redes sociales a una gran manifestación pública que se llevaría a cabo el miércoles 23 de mayo, a las 18 horas, en la llamada Estela de Luz⁶², para protestar por la desinformación y el favoritismo observado hacia Peña por determinados medios informativos. Además del acto realizado en la Ciudad de México, simpatizantes del movimiento se dieron a la tarea de organizar actos similares en algunas de las principales ciudades, como Aguascalientes, Cancún, Coahuila, Guadalajara, Guanajuato, Morelia, Oaxaca, Pachuca, Puebla, Querétaro, Saltillo, Tijuana, Villahermosa. De acuerdo con Jenaro Villamil:

“En la Ciudad de México más de 40 mil personas, la mayoría jóvenes, marcharon del Zócalo al Ángel de la Independencia. En Guadalajara, Monterrey y Puebla se dieron las concentraciones más numerosas. Los organizadores defendieron el término #YoSoy132, en contra de la denominación #MarchaAntiEPN que fue inundada de miles de bots desde diferentes partes de Sudamérica para que no se convirtiera en trending topic. Fue la primera gran manifestación convocada desde las redes sociales (en Facebook se creó la página #YoSoy132) que se generalizó en todo el país y en decenas de ciudades con presencia mayoritaria de jóvenes. Las principales consignas en esa marcha fueron contra Peña Nieto, Televisa y las encuestas, en ese orden. También se planteó la exigencia de una “cobertura mediática imparcial”. *México 2012 no es una producción televisiva*, resumió una de las mantas más grandes.⁶³

⁶² El miércoles 23 de mayo de 2012, el Movimiento *Yo soy 132* realizó un acto de profundo significado simbólico, en la Estela de Luz, en la Ciudad de México. Dado el elevadísimo costo que representó construir el referido monumento, destinado a conmemorar el bicentenario de nuestra independencia y el centenario del inicio de la Revolución Mexicana, la Estela de Luz ha sido considerada como uno de los símbolos emblemático de la corrupción panista. Manifestaciones similares fueron realizadas en otras ciudades del país. La organización de tales actos partió de las redes sociales.

⁶³ Véase: <http://www.sinembargo.mx/28-05-2012/246176>. Consultado: 28 de diciembre de 2014.

Hasta ese día parecía inconcebible poder convocar en México una manifestación pública a través de las redes sociales. Con anterioridad, a través de *flash moves* definitivamente ingenuos e intrascendentes, algunos internautas habían intentado estimular la participación de la sociedad en determinados actos públicos, consiguiendo reunir a no más de 40 personas. Las clases medias, cuyo activismo fue definitivo en el triunfo de Vicente Fox en el año 2000, de nueva cuenta incursionaron en las calles y avenidas de algunas de las principales ciudades. La imaginación crítica —que algunos radicales suponían inconcebible en estudiantes de universidades privadas— había conseguido poner en graves predicamentos a Enrique Peña Nieto, a Televisa, y demás socios e instituciones que de facto ya rendían al mexiquense trato de presidente en funciones.⁶⁴ El Movimiento estético #YoSoy132 afirmó la capacidad de convocatoria ciudadana de las redes sociales:

“El miércoles 23 se realizó la segunda marcha del movimiento #YoSoy132, también convocada mediante las redes sociales, que partió de la Estela de Luz, en la avenida Reforma. Surgió la cuenta en Twitter y el blog www.YoSoy132.mx donde subrayan que se trata de un movimiento “apartidista” y que está en contra de la manipulación mediática. Seguros de la fuerza que han adquirido las redes sociales, los integrantes de este movimiento, surgido en las universidades de todo el país, advierten: “Evitemos los riesgos de ser diluidos por los bots en Twitter, denunciados de spam o infracciones en Youtube, o poner en riesgo nuestros perfiles personales de Facebook. Desde esta plataforma de YoSoy132.mx podremos concentrar nuestras propuestas, ideas y reclamos para que sean vistos y escuchados por todos. El poder está en nuestras manos, no perdamos la

⁶⁴ Debemos tener muy presente que en su visita al Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey, Andrés Manuel López Obrador fue objeto de una cálida y emotiva recepción. Ese hecho alarmó a no pocos directivos de la institución y miembros del consejo.

oportunidad de hacer y cambiar la historia de nuestro país”. AHORA, LAS REDES”.⁶⁵

El miércoles 30 de mayo de 2012, en las instalaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se realizó la primera asamblea general del movimiento estético #YoSoy132, en la cual participaron 6,500 estudiantes de 54 universidades. El movimiento se declaró apartidista, plural, independiente, pacífico y contrario a la imposición de cualquier candidato a la presidencia de la República, particularmente Enrique Peña Nieto. Ese día #YoSoy132 adquirió las cualidades de movimiento político, con amplia presencia nacional y con miles de seguidores.

En tan solo 10 días el movimiento estético #YoSoy132 había logrado opacar las campañas presidenciales. En respuesta los responsables de la propaganda en nuevos medios digitales de Josefina Vázquez Mota decidieron apostar por la burda compra de seguidores en redes sociales. También contrataron *bots* que fueron destinados a replicar mensajes de la grisácea candidata, y por supuesto *trolls* que se dedicaron a ofender y descalificar a toda aquella persona que expresara algún cuestionamiento o crítica a Josefina a través de las redes sociales⁶⁶. Para el equipo de campaña de Andrés Manuel López Obrador, las redes sociales nunca representaron un asunto estratégico. Sin una estrategia definida y con muy pocos recursos, los simpatizantes de Andrés Manuel López Obrador improvisaban acciones y respuestas. En el PRI comprendieron mejor la gravedad del escenario. La principal amenaza para Peña Nieto, como atinadamente advirtió Luis Videgaray, uno de los principales asesores del priista, radicaba en la formidable viralidad del movimiento #YoSoy132:

“Estamos perdiendo la batalla en las redes sociales”, sentenció Luis Videgaray, coordinador general de la campaña de Peña Nieto, en la

⁶⁵ Véase: <http://www.sinembargo.mx/28-05-2012/246176>. Consultado: 28 de diciembre de 2014.

⁶⁶ Empresas como Shopatia.Com, BuyFollowers.org y BootsTwitterFollowers.com cobran entre 2,500 y 75 mil dólares por vender cuentas de seguidores en redes sociales.

última reunión del “cuarto de guerra” tricolor. Ni los spots, ni la inversión millonaria en publicidad en internet, ni el ejército de @activistas ni la creación de páginas on line dedicadas a promover al candidato más telegénico en la historia del PRI, han podido modificar la ola creciente de descontento que se expresa en los nuevos medios convergentes, donde no cuenta tener el mayor número de seguidores, sino los mensajes más convincentes. El nerviosismo también ha cundido en Televisa, el gigante de los medios de comunicación en México, que se enfrenta a las protestas de miles de universitarios de entre 18 y 24 años que gritan en las calles: “Televisa te idiotiza” y “¡Fuera Televisa!”. La televisora primero ignoró, luego minimizó, descalificó como “promotores de la dictadura del odio” y ahora quiere congraciarse con grupos de jóvenes, especialmente los usuarios de Twitter, que han protagonizado las críticas más ácidas contra Televisa y TV Azteca. Incluso, Ricardo Salinas Pliego, concesionario de la segunda televisora más grande, llegó a descalificar a sus críticos como “un grupito de twitteros autoritarios”. No entienden y no saben qué hacer con estas audiencias que ya no se formaron en la cultura televisiva (...) Los asesores originales del equipo de Peña Nieto, provenientes de la empresa Inc Slingers, le recomendaron desde principios de 2011 que no buscara mayor número de seguidores, sino un manejo más directo y deliberativo de las redes sociales. De acuerdo con testimonios recabados en el PRI, Inc Slingers fueron desplazados por el equipo de Alejandra Lagunes, quien trabajó en Presidencia durante el sexenio de Ernesto Zedillo, en Yahoo, en Microsoft, en Google y en Televisa. Su principal actividad en estos gigantes del internet era la publicidad y las ventas. Lagunes se hizo cercana al entorno peñista cuando trabajó con Luis Videgaray en la campaña de Eruviel Ávila como candidato a gobernador del Estado de México. Su principal carta de presentación, antes de ser la responsable de la estrategia en redes sociales, fue el cargo que tuvo como directora general comercial de Televisa Interactive Media, y su amistad con Emilio Azcárraga Jean”.⁶⁷

⁶⁷ Véase: <http://www.sinembargo.mx/28-05-2012/246176>. Consultado: 28 de diciembre de 2014.

4.3 El recurso de la ingeniería electoral

Durante el último mes de campañas (junio de 2012), algunas casas encuestadoras dieron a conocer encuestas que concedían a Peña Nieto una diferencia de 15 puntos sobre Andrés Manuel López Obrador, el candidato presidencial más próximo –quien finalmente rebasó a Josefina Vázquez Mota–.⁶⁸ Tales cifras respondían al propósito de desalentar el voto por otros candidatos, promoviendo el anticipado triunfo de Enrique Peña Nieto en unos comicios que aún no se habían celebrado. Para asegurar el triunfo de Enrique Peña Nieto en los referidos comicios, mediante intrincadas triangulaciones fueron repartidas tarjetas Monex y vales de despensa de los almacenes Soriana a los promotores del voto peñista. De acuerdo con un reporte realizado por miembros de #YoSoy132, la compra de sufragios fue realizada de la siguiente manera:

“un coordinador recibe 2,000 pesos por llevar a 15 promotores del voto, los cuales se comprometen a sacar su boleta en blanco y dársela a su coordinador para que la marque a favor del PRI y que la siguiente persona la regrese a la misma casilla como voto propio. Asimismo, esta persona saca nuevamente la boleta y se la da al coordinador. La operación se repite así consecutivamente” (Villamil 2012: 19).

Además el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), cuya líder vitalicia, la maestra Elba Esther Gordillo –quien también controlaba el Partido Nueva Alianza (PANAL) y que hoy se encuentra en prisión–, desplegó la llamada “Operación Ágora” para asegurar cinco millones de votos por Peña Nieto, contando para ello con 20,000 “movilizadores”, con un costo estimado en 151,271,750 pesos.

El domingo 6 de julio de 2012, además de elegir al presidente de la República para el periodo 2012-2018, los ciudadanos votamos para elegir 128 senadores, 500 diputados federales, cinco gobernadores, el jefe de gobierno del Distrito Federal, 16 jefes delegacionales en la

⁶⁸ La ventaja de Peña Nieto sobre López Obrador finalmente fue de un solo dígito (6.87 por ciento).

Ciudad de México, así como por un amplio número de presidentes municipales y alcaldes. De acuerdo con el Instituto Federal Electoral (IFE), en la elección del presidente de la República fueron emitidos 50,323,153 sufragios. Participaron 63.94 por ciento de los ciudadanos inscritos en la lista nominal. Estos fueron los resultados que arrojó la elección presidencial:

Tabla 3. Resultados para la elección de Presidente de la República, 6 de julio de 2012

Partido Acción Nacional (PAN)	Coalición Compromiso por México Partido Revolucionario Institucional (PRI) Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	Coalición Movimiento Progresista Partido de la Revolución Democrática (PRD), Partido del Trabajo (PT), Movimiento Ciudadano (MC)	Partido Nueva Alianza	Candidatos no registrados	Votos nulos	Total sufragios
Josefina Eugenia Vázquez Mota	Enrique Peña Nieto	Andrés Manuel López Obrador	Gabriel Ricardo Quadri de la Torre			
12,786,647	19,226,784	15,896,999	1,150,662	20,907	1,241,154	50,323,153
25.41%	38.21%	31.59%	2.29%	0.4%	2.47%	100%

Fuente: Instituto Federal Electoral (2013).

A finales del mes de septiembre de 2002, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) calificó la elección presidencial, declarando triunfador a Enrique Peña Nieto, candidato de la coalición Compromiso por México, integrada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM). De acuerdo con la suma de los votos legales, la diferencia entre Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador fueron 3,330,785 votos. Josefina Vázquez Mota, candidata del Partido Acción Nacional (PAN), quedó muy atrás, en el tercer lugar, con 25.41 por ciento de los votos. A pesar de la intensa campaña propagandística desplegada en los medios de comunicación,

el número de votos a favor de Gabriel Quadri, candidato del Partido Nueva Alianza (1,150,662) fue inferior al número de votos anulados (1,241,154).

5. El recurso estético de *Soy 132*

“En general, las instituciones han perdido su capacidad de generar participación e involucramiento social; los movimientos sociales *organizados* (campanas políticas, sindicales, gremiales) sólo cautivan a una fracción de sus públicos metas; los líderes han perdido su poder de convocatoria; salvo excepciones, los medios de comunicación son incapaces de establecer agendas de discusión pública. En paralelo, en México empiezan a gestarse estallidos sociales con gran poder de convocatoria. Amplia participación y profundos niveles de involucramiento. Son movimientos *estéticos*, los que poseen tal nivel de encanto. Galindo, J., y González. J.

En 1969, en el libro *Un ensayo sobre la liberación* (1969), Marcuse destacó la importancia de la nueva estética revolucionaria. Marcuse comprendía que la ciencia y la tecnología pueden convertirse en vehículos de libertad: “tendrían que cambiar su dirección y metas actuales; tendrían que ser reconstruidas con una nueva sensibilidad: la de las exigencias de los instintos vitales. Entonces se podrá hablar de una tecnología de liberación” (Marcuse 1969, pág. 28). La “nueva sensibilidad” –anticipaba Marcuse– se ha convertido en una nueva fuerza política.

“La nueva sensibilidad, que expresa la afirmación de los instintos de vida sobre la agresividad y la culpa, nutriría, en una escala social, la vital urgencia de la abolición de la injusticia y la miseria, y configuraría la ulterior evolución del *nivel de vida*. Los instintos de vida encontrarían expresión racional (sublimación) en el planeamiento de la distribución del tiempo de trabajo socialmente necesario dentro y entre las varias ramas de la producción, determinando así prioridades de objetivos y selecciones: no sólo lo que se debe producir, sino también la *forma* del producto. La conciencia liberada promovería el desarrollo de una ciencia y una tecnología libres para descubrir y realizar las potencialidades de las cosas y de los hombres en la

producción y el goce de la vida, jugando con las potencialidades de forma y materia para el alcance de esta meta. La técnica tendería entonces a devenir arte y el arte tendería a formar la realidad: la oposición entre imaginación y razón, entre altas y bajas facultades, entre pensamiento poético y científico, sería invalidada. Aparecería aún un nuevo Principio de Realidad, bajo el que se combinaría una nueva sensibilidad y una inteligencia científica desublimada para la creación de un *ethos estético*. El término estético, en su doble connotación de perteneciente a los sentidos y *perteneciente al arte*, puede servir para designar la cualidad del proceso productivo creativo en un medio ambiente de libertad (Marcuse 1969: 32-33).

La nueva sensibilidad, señala atinadamente Marcuse, es praxis:

“emerge en la lucha contra la violencia y la explotación, allí donde esta lucha se encamina a lograr modos y formas de vida esencialmente nuevos: negación total del sistema establecido, de su moralidad y su cultura; afirmación al derecho a construir una sociedad en la que la abolición de la violencia y el agobio desemboque en un mundo donde lo sensual, lo lúdico, lo sereno y lo bello lleguen a ser formas de existencia y, por tanto, la *Forma* de la sociedad misma” (Marcuse 1969: 34).

De acuerdo con Jesús Galindo y José Ignacio González-Acosta, las principales características de todo movimiento estético son: 1. Apelan a nuevas identidades; 2. Saben cómo usar los medios que importan; 3. Son auténticos. Los movimientos estéticos, , se distinguen de los movimientos políticos tradicionales por no polarizar entre estar a favor o en contra, sino por distanciar lo sublime de lo vulgar, lo honesto o lo deshonesto, lo bello o lo repugnante, lo legítimo o lo ilegítimo, lo justo o lo injusto, lo digno o lo indigno, la libertad o la opresión, lo moral o lo inmoral, la libertad o la coacción, la conciencia o la ignorancia, lo que ofende o lo que enaltece, más de lo mismo o cambio, lo moderno y lo fuera de moda (Galindo y González 2012: 106).

Estos son algunos ejemplos del *ethos* estético del movimiento #YoSoy132, en las redes sociales:

Figura 1. Prensa vendida

Nota. La prensa y la televisión dieron trato de presidente electo a Enrique Peña Nieto, candidato de la Coalición Compromiso por México.

Figura 2. Cuestionamientos a Peña Nieto

Nota. Televisa maquilló la imagen pública de Enrique Peña Nieto, ocultando información sobre determinados hechos que fueron objeto de amplios cuestionamientos durante la gestión de Peña Nieto como gobernador del Estado de México, como la pobreza en la entidad, la represión ejercida contra los habitantes en Atenco y el alarmante número de feminicidios.

Figura 3. Feminicidios en el Estado de México

Nota. 2,673 feminicidios en el Estado de México durante la gestión de Enrique Peña Nieto como gobernador.

Figura 4. Apágala y avanza

Nota. Ver televisión es perder el tiempo.

Figura 5. #YoSoy132

Nota. En la firmeza de nuestros puños afirmamos nuestra identidad.

Figura 6. Vota libre e informado por un México mejor

Nota. La Primavera Mexicana.

Figura 7. Votar es...

Nota. Promoción del sufragio inteligente.

Figura 8. Todos somos #YoSoy132

Nota. Afirmación de la diversidad

Figura 9. Libérate

Nota. Libérate de Televisa y TV Azteca.

Figura 10. No al voto por despensa.

Nota. Contra la compra de votos por alimentos...

Figura 11. Todo es mejor

Nota. La necesidad de romper con el orden establecido a través del televisor.

Figura 12. Juventud en éxtasis

Nota. La utopía puede ser posible

Figura 13. Mira dentro de ti

Nota. La poética de la nueva sensibilidad

Con base en algunos señalamientos de Marcuse y ¿por qué no?, rescatando algunas de las utopías posibles que nos anticipó, podemos concluir que el movimiento estético #YoSoy132 efectivamente afirmó la esperanza de la profunda e indispensable reconstrucción de México.

“La nueva sensibilidad y la nueva conciencia que han de proyectar y guiar tal reconstrucción exigen un nuevo *lenguaje* para definir y comunicar los nuevos "valores" (un lenguaje en el sentido más amplio, que incluye palabras, imágenes, *gestos*, tonos). Se ha dicho que el grado en que una revolución va desarrollando condiciones y relaciones sociales *cualitativamente* diferentes puede quizás sernos indicado por el desarrollo de un lenguaje diferente: la ruptura con el continuum de la dominación debe ser también una ruptura con el vocabulario de la dominación. La tesis surrealista, de acuerdo con la cual el poeta es el inconformista total, encuentra en el lenguaje poético los elementos semánticos de la revolución”. (Marcuse 1969: 39).

En el desarrollo de las recientes elecciones presidenciales, las redes sociales observaron un rol que definitivamente admite ser considerado como protagónico. Los partidos políticos no evidenciaron el mejor manejo de las redes sociales, sino el movimiento estético #YoSoy132. Los responsables del desarrollo de las campañas proselitistas en los equipos de campaña de los candidatos presidenciales, sencillamente omitieron observar dos principios fundamentales en la comunicación a través de redes sociales: construir bases de datos efectivamente confiables para el desarrollo de atinadas acciones proselitistas en los nuevos medios sociales, y estimular el desarrollo de verdaderas comunidades de apoyo, interés y participación entre los simpatizantes. La revuelta reivindicativa de los estudiantes que participaron en el movimiento estético #YoSoy132 ha establecido un parteaguas definitivo en el desarrollo de las campañas propagandísticas, demostrado la capacidad de movilización ciudadana desde el imaginario de las redes sociales, y anticipando la paulatina extinción de los operadores políticos, cuya función básica en el sistema político mexicano ha sido garantizar la efectiva concurrencia de las “fuerzas vivas” en los mítines y actos públicos de candidatos a puestos de elección ciudadana, a partir de objetables prácticas clientelares.

Es posible anticipar que en un futuro no muy distante los estudiantes asumirán un rol protagónico en la transformación del país. Ellos han advertido con notable claridad la inminente gestación de un nuevo orden informativo a partir de los nuevos medios sociales. Los estudiantes comprendieron la posibilidad de utilizar las redes sociales para remediar el deteriorado tejido social. Esa es precisamente la nueva utopía posible. Emplear tecnologías liberadoras para emprender la transformación estética de nuestra sociedad. Me sumo.

Fuentes de información

AMIPCI *Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. Consultado: 11 de febrero de 2013.

Disponible en <http://www.ampici.org.mx>

Beas, D. (2010). *La reinención de la política. Internet y la nueva esfera política*. Buenos Aires: Temas de hoy.

Castells, M. (2002). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Editorial Alianza.

Chomsky, N. (2011). "Occupy the future". Disponible en: <http://chomsky.info/articles/20111101.htm>

Chomsky, N. (2012). *Ocupar Wall Street. Indignados en el epicentro del capitalismo mundial*. España: Tendencias Editores.

Consulta Mitofsky. *Perfil de usuario de redes sociales en Internet: Facebook y Twitter. 2012*. Disponible en: <http://www.slideshare.net/rperalromea/redes-sociales-mitofskymultimedia> Fecha de consulta: 11 de febrero de 2013.

Duró, R. (2005). *Política de la ilusión*. Buenos Aires: Ediciones del signo.

Fazio, C. (2013). *Terrorismo mediático. La construcción social del miedo en México*. México: Debate.

Fernández C., y Paxman, A. (2000). *El Tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.

Foucault, M (1968). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Argentina: Siglo XXI Editores.

Foucault, M (1992). *El orden del discurso*. Argentina: Tusquets Editores.

IAB México. *Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. Consultado:11 de febrero de 2013. Disponible en <https://www.box.com/s/r7f9fkqc0yet47thw3kk>

INEGI. *Estadísticas sobre la disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los Hogares, 2011*. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2011.pdf

Marcuse, H. (1969). *Un ensayo sobre la liberación*. México: Cuadernos de Joaquín Mortiz.

Marcuse, H. (1973). *Contrarrevolución y revuelta*. México: Cuadernos de Joaquín Mortiz.

Marcuse, H. (1978). *Cultura y sociedad*. Buenos Aires: Editorial Sur.

- Marcuse, H. (1983). *Eros y civilización*. Madrid: Sarpe.
- Marcuse, H. (1984). *Razón y revolución*. Madrid: Editorial Alianza.
- Marcuse, H. (1986). *Ensayos sobre política y cultura*. México: Editorial Artemisa.
- Marcuse, H. (1993). *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. México: Planeta-Agostini.
- Organización para la Cooperación y del Desarrollo Económico (OCDE). *ICT database and Eurostat, Community Survey on ICT usage in households and by individuals*, November 2011.
- Pingdom. "Internet in numbers". Disponible en <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/>
Consultado: 11 de febrero de 2013.
- Sitio web de la Cámara de Diputados: <http://www.diputados.gob.mx>
- Sitio web de la Cámara de Senadores:
<http://www.senado.gob.mx/index.php>
- Sitio web de la Cumbre Mundial de Indignados, disidentes, insurgentes: <http://cumbreidi.org/participantes/#expositores>
- Sitio web del Instituto Federal Electoral (IFE):
<http://www.ife.org.mx>
- Sitio web de la Internet World Stats (IWS):
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Sitio web del World Internet Project:
<http://www.worldinternetproject.net>
- Swan, R. (2009). *El método Obama. Las 100 claves comunicativas del hombre que ha revolucionado el mundo*. México: Debolsillo.
- Toffler, A. (1981). *La Tercera Ola*. 1ª ed. México. Edivisión.
- Villamil, J. (2009). *Si yo fuera presidente. El reality show de Peña Nieto*. México: Grijalbo.
- Villamil, J. (2010). *El sexenio de Televisa. Conjuras del poder mediático*. México: Grijalbo.

- Villami, J. (2012). *Peña Nieto el gran montaje*. México: Grijalbo.
- WIP México. *Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. Disponible en <http://wip.mx>
- Fernández C., y Paxman, A. (2000). *El Tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.
- IAB México. *Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. Consultado: 11 de octubre de 2013. Disponible en <https://www.box.com/s/r7f9fkqc0yet47thw3kk>
- INEGI. *Estadísticas sobre la disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los Hogares, 2011*. . Consultado: 11 de octubre de 2013. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2011.pdf
- Marcuse, H. (1969). *Un ensayo sobre la liberación*. México: Cuadernos de Joaquín Mortiz.
- Marcuse, H. (1975). *Contrarrevolución y revuelta*. México: Cuadernos de Joaquín Mortiz.
- Marcuse, H. (1978). *Cultura y sociedad*. Buenos Aires: Editorial Sur.
- Marcuse, H. (1984). *Razón y revolución*. Madrid: Editorial Alianza.
- Marcuse, H. (1986). *Ensayos sobre política y cultura*. México: Editorial Artemisa.
- Organización para la Cooperación y del Desarrollo Económico (OCDE). *ICT database and Eurostat, Community Survey on ICT usage in households and by individuals*, November 2011.
- Pingdom. "Internet in numbers". Disponible en <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/> Consultado: 11 de febrero de 2013.
- Sitio web de la Cámara de Diputados: <http://www.diputados.gob.mx>
- Sitio web de la Cámara de Senadores: <http://www.senado.gob.mx/index.php>

Sitio web de la Cumbre Mundial de Indignados, disidentes, insurgentes: <http://cumbreidi.org/participantes/#expositores>

Sitio web del Instituto Federal Electoral (IFE):
<http://www.ife.org.mx>

Swan, R. (2009). *El método Obama. Las 100 claves comunicativas del hombre que ha revolucionado el mundo*. México: Debolsillo.

Toffler, A. (1981). *La Tercera Ola*. 1ª ed. México. Edivisión.

Villamil, J. (2009). *Si yo fuera presidente. El reality show de Peña Nieto*. México: Grijalbo.

Villamil, J. (2010). *El sexenio de Televisa. Conjuras del poder mediático*. México: Grijalbo.

Villami, J. (2012). *Peña Nieto el gran montaje*. México: Grijalbo.

WIP México. *Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. Disponible en <http://wip.mx>

Podemos. El ciberactivismo y la transformación política en España

M. Ignacio Catalán Hernando⁶⁹

Introducción

Podemos es un nuevo partido político en España que se formó legalmente en enero de 2014 luego de los movimientos sociales y las protestas que ocasionaron la crisis económica, el desempleo, los embargos bancarios, la corrupción y la falta de respuestas de los gobiernos del bipartidismo PP-PSOE.

Con el uso intensivo de la televisión, de videos en YouTube, de conectar a ciudadanos a través de las redes sociales y de nuevas aplicaciones tecnológicas para teléfonos móviles como “Reddit” y “Appgree”, el ciberactivismo⁷⁰ de Podemos ha transformado en muy

⁶⁹Ignacio Catalán. Mexicano. Director de la Agencia Digital de *El Universal*. Licenciado en Economía Egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: icatalan@eluniversal.com.mx Tiene 25 años de experiencia en periodismo. Los últimos 14 en el desarrollo y operación de plataformas digitales de información. Ha sido líder en la creación de más de 20 sitios de Internet y más de 15 aplicaciones móviles.

⁷⁰ El ciberactivismo se refiere al conjunto de técnicas y tecnologías de la comunicación, basadas fundamentalmente en internet y telefonía móvil; las redes sociales como Twitter, Facebook, YouTube, el correo electrónico y los podcasts sirven para diversas formas de activismo, de manera de posibilitar comunicaciones más rápidas en los movimientos ciudadanos y difundir información local a una gran audiencia. Las tecnologías de internet y las

poco tiempo la indignación y las protestas sociales en votos electorales.

Fue ya la tercera fuerza política en las elecciones municipales de Andalucía de marzo de 2015.

Es el partido político español con mayor número de seguidores en Facebook, Twitter y YouTube.

Su éxito ha sido objeto de ataques y contradicciones. Lo llaman populista y hasta fascista. Ha ofrecido tantos cambios, que en algunos campos como en el económico hay dudas fundadas de que puedan cumplir sus sueños, como ellos mismos los llaman.

Por lo pronto, con base a la popularidad que le ha dado la televisión, a la supremacía que tiene en redes sociales y a los resultados de las encuestas, es probable que el líder de Podemos, Pablo Iglesias Turrión, pueda replicar el caso de Barack Obama y convertirse en el primer presidente 2.0 de España.

El ciberactivismo y el movimiento social 15-M

Podemos tiene sus antecedentes en el movimiento de los “Indignados”, también conocido como “15-M”⁷¹, con los campamentos y protestas que realizaron en la Puerta del Sol en Madrid y en otras ciudades españolas el 15 de mayo de 2011.

El “15-M”, los “Colectivos” y las “Mareas”, fueron movimientos ciudadanos que se organizaron contra los recortes a la educación, la salud pública, los embargos, el desempleo y otros efectos de la fuerte crisis económica española que inició en 2008.⁷²

aplicaciones se utilizan para recaudar fondos, construir comunidades, hacer propaganda, relaciones públicas y organizarse. (Wikipedia)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberactivismo>

⁷¹ Véase: Movimiento 15-M http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_15-M
Consultado: 8 de abril de 2015.

⁷² Marea Blanca en defensa de la sanidad pública y contra la privatización.
Marea Verde: por la educación pública. Marea Roja: contra el desempleo y por los servicios públicos de empleo. Marea Granate: contra la emigración forzada.

En el libro *Ciberactivismo, las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*, Mario Tascón y Yolanda Quintana afirman que gracias a la popularización de las redes sociales la gente tiene a su alcance poderosas herramientas para protestar contra los gobiernos, los políticos o las grandes empresas.

Lo que antes era privilegio de expertos que manejaban Internet, se está democratizando con nuevas herramientas y la simplificación de la capacidad de emitir mensajes y relacionarse rápidamente con otras personas, sin importar la edad, el sexo, la religión o el lugar del mundo en el que se encuentran.

Las revueltas árabes, el 15-M, el caso Wikileaks, las acciones del colectivo de ciberatacantes Anonymous contra compañías como Visa o Amazon o la campaña electoral basada en redes sociales que llevó a Obama a la presidencia de Estados Unidos, son ejemplos de ello.

“Ahora todos somos potencialmente activistas”

Establecen las tesis de que lo determinante del activismo social que se presenta en el mundo es la transformación del escenario público. Una transformación cuyo fundamento es la cultura hacker y los valores de Internet.

Entre ellos que la Red se creó para compartir, cooperar y crear conocimiento de manera colaborativa.

Estos principios son los mismos que subyacen en las movilizaciones sociales que se presentan en la actualidad.⁷³

La alta formación académica y el dominio del ciberactivismo que tienen los líderes de Podemos, les ha permitido traducir las protestas en votos y debilitar estructuras tradicionales de poder:

Marea Azul: promueve una visión del agua como bien común y servicio público. http://wiki.15m.cc/wiki/Lista_de_mareas

⁷³ Mario Tascón y Yolanda Quintana (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid. Editorial Catarata, pp. 11-20.

“Podemos es el suceso político más interesante de España en los últimos 30 años (...) es un movimiento social, es el surgimiento de una nueva clase de políticos intelectuales, es un nuevo discurso que ataca profundamente a todos los grupos tradicionales de poder (a los que llama castas) y es el fracaso del modelo de bipartidismo imperfecto heredado de la Transición”.⁷⁴

Desempleo, desahucios, corrupción e indignación

De 1997 a 2007 hubo un “boom” en la compra y en los precios de viviendas en España, alentada por la oferta de créditos hipotecarios de los bancos que en 2007 llegaron a plazos hasta de 50 años.⁷⁵

En esa década de bonanza el desempleo afectó a un máximo de 2.3 millones de españoles en 2003 y a un mínimo de 1.8 millones en 2006.

Pero a partir de la crisis económica de 2008 el desempleo o paro como se le conoce en España, alcanzó en 2012 y 2013 tasas históricas del 25 por ciento en el total de la población activa y hasta del 55 por ciento en jóvenes menores de 25 años de edad.

El paro llegó a 6 millones de españoles en esos dos años, es decir, a 4.2 millones de trabajadores adicionales. Más de tres veces de los afectados en 2006.⁷⁶

El crecimiento del desempleo tuvo grandes consecuencias sociales. Entre ellas la imposibilidad de pagar miles de hipotecas adquiridas

⁷⁴ Luis García Tojar / Antón R. Castromil (12 ENE 2015). Los partidos deben responder al desafío de un nuevo jugador en el tablero político. Opinión. *El País*. http://elpais.com/elpais/2015/01/09/opinion/1420829784_862193.html

⁷⁵ Véase:

http://es.wikipedia.org/wiki/Burbuja_inmobiliaria_en_Espa%C3%B1a

⁷⁶ Para la evolución del desempleo en España en los últimos 20 años y sus métodos de cálculo: http://es.wikipedia.org/wiki/Desempleo_en_Espa%C3%B1a Consultado: 8 de abril de 2015.

entre 1997 y 2007 y el consecuente problema financiero y social provocado por y para los bancos.

Los “desahucios” en España hacen referencia al lanzamiento de un gran número de ciudadanos y familias por ejecución forzosa ante el impago de la hipoteca o alquiler.⁷⁷

En 2012 se realizaron 101 mil desahucios en España, un promedio de 277 al día, lo que llegó a provocar hasta suicidios y un gran impacto social y mediático.⁷⁸⁷⁹

Mientras la sociedad civil era golpeada con la pérdida de empleo, el embargo de su vivienda y/o la falta de servicios públicos como salud, miembros de la monarquía española, magnates financieros, tesoreros de partidos políticos, entre otros, fueron descubiertos en actos de corrupción con operaciones fraudulentas por millones de euros.⁸⁰⁸¹

⁷⁷ “Sueños rotos: El impacto de la crisis española de la vivienda en grupos vulnerables”. En:
http://www.nuevatribuna.es/media/nuevatribuna/files/2014/05/31/spain0514sp_forupload.pdf Consultado: 8 de abril de 2015.

⁷⁸ Los jueces llevaron a cabo 101,034 desahucios en 2012. Infolibre (23 de marzo de 2013). http://www.infolibre.es/noticias/politica/2013/03/23/101_034_desahucios_2012_1469_1012.html

⁷⁹ Una mujer se suicida en Barakaldo cuando iba a ser desahuciada. Es la segunda muerte vinculada a un desahucio que se produce en las últimas semanas. Público.es (9 de sep. de 2012) <http://www.publico.es/espana/mujer-suicida-barakaldo-iba-desahuciada.html>

⁸⁰ *La voz de Galicia*. “Los diez casos de corrupción que gravitan sobre la actualidad política en España”.
http://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/politica/2013/01/21/diez-casos-corrupcion-gravitan-sobre-actualidad-politica-espana/00031358780754680609743.htm?piano_t=1

⁸¹ *20minutos.es*. “El escándalo de las 'tarjetas B' de Caja Madrid: Más de 15 millones de euros en gastos de representación. Sólo cuatro de los 87 ex consejeros y ex directivos no hicieron uso de ellas, según el informe de Bankia remitido a la Audiencia Nacional”.
<http://www.20minutos.es/noticia/2256391/0/escandalo-tarjetas-b/caja-madrid-bankia/claves/#xtor=AD-15&xts=467263>

Todo lo anterior explica la indignación y principal consigna del 15-M: «Democracia real ¡YA! No somos mercancía en manos de políticos y banqueros»

Origen del partido político y primeros logros electorales

El documento origen de Podemos está en el manifiesto “Mover ficha: convertir la indignación en cambio político”, presentado el fin de semana del 12-13 de enero de 2014 y difundido por la publicación digital “Público.es”.⁸²

El manifiesto señala la necesidad de articular la movilización social en un proceso electoral participativo y abierto a la ciudadanía.

Lo firmaron casi treinta intelectuales, personalidades de la cultura, del periodismo, del activismo social y político, entre ellos Juan Carlos Monedero, profesor de Ciencia Política en la Universidad Complutense de Madrid (UCM); el actor Alberto San Juan; Jaime Pastor, profesor de Ciencias Políticas; el escritor y filósofo Santiago Alba Rico; el sindicalista de la Corriente Sindical de Izquierda Cándido González Carnero; y Bibiana Medialdea, profesora de Economía Aplicada en la UCM.

"Estamos ante la mayor pérdida de credibilidad del régimen nacido con la Constitución de 1978", aseguran en el texto. Frente a esta situación, destacan que "los movimientos de indignación política como el 15-M conectaron con una clara voluntad popular: no sacrificar más derechos en el altar de unos mercados guiados por la especulación y la rapiña"

En este manifiesto se expresaba la necesidad de crear una candidatura para ir a las elecciones europeas de mayo de 2014 con el objetivo de oponerse, desde posturas de izquierda, a las políticas de la Unión Europea para la crisis económica.

⁸²*Público.es* (14 de enero de 2014). “Intelectuales y activistas llaman a "recuperar la soberanía popular" con una candidatura para las europeas”. Disponible en:<http://www.publico.es/politica/intelectuales-y-activistas-llaman-recuperar.html>

En sus propuestas llegaron a establecer el impago de la deuda externa de España y exigir una renta básica universal.

Aunque no era uno de los firmantes del manifiesto, el 14 de enero se anunció que el profesor de Ciencia Política de la UCM, Pablo Iglesias Turrión, encabezaría el movimiento.

En su primer discurso como líder del nuevo partido, Pablo Iglesias pidió a los simpatizantes de Podemos el apoyo de la ciudadanía en forma de 50,000 firmas. El controvertido tertuliano de la televisión española las consiguió en un solo día.⁸³

Podemos se registró en el Ministerio del Interior de España como partido político nacional el 11 de marzo de 2014, cumpliendo uno de los requisitos para concurrir en las elecciones europeas del 25 de mayo.⁸⁴

En su registro quedaron como representantes legales y miembros de la Junta Directiva el propio Pablo Iglesias, Juan Carlos Monedero y Carolina Bescansa, todos profesores de Ciencias Políticas en la Universidad Complutense de Madrid.

En su primer mes como partido político, Podemos registró a 100 mil adheridos; a finales de 2014 subió a 210 mil inscritos (no los llama de la forma tradicional: afiliados); ya por arriba del PSOE que tenía 200 mil. Hasta el 22 de marzo de 2015 tenía 355 mil personas inscritas

Solo cuatro meses después de su formación tuvo su primer reto electoral con gran éxito: en las votaciones al Parlamento Europeo del 25 de mayo de 2014 en España, Podemos obtuvo 1 millón 254 mil votos, el 7.98 por ciento del total, consiguieron cinco de los 54

⁸³ (Leer más adelante el apartado Pablo Iglesias: de la Tuerka a La Sexta; sus videos en YouTube con millones de reproducciones).

⁸⁴ *Público.es* (13 marzo de 2014). “Podemos formaliza su inscripción como partido político”. http://www.eldiario.es/politica/Podemos-Pablo-Iglesias-Ministerio-Interior_0_238326919.html

escaños del Parlamento Europeo y se ubicaron como la cuarta fuerza electoral de España.

El nuevo partido político gastó solo 134 mil euros para su primera campaña (2 millones de pesos mexicanos) contra 11.3 millones de euros del PP y 11.1 millones del PSOE.⁸⁵

De esos 134 mil dólares, además, Podemos obtuvo 114 mil euros del *crowdfunding*, es decir, el 85 por ciento del total.

Fue toda una sorpresa. Nadie anticipó tan altos y eficaces resultados.

El periodista Raphael Minder, en una nota del 29 de mayo de 2014 en el diario New York Times, sugirió que si el nombre de Podemos venía del slogan de la primera campaña de Barack Obama, “*Yes, we can*”, después de las elecciones para el parlamento europeo podía cambiar de nombre a: “*Wedid*”.⁸⁶

Pablo Iglesias Turrión, entonces de 35 años de edad, pasó en menos de dos años de catedrático de ciencia política a estrella de las tertulias de la televisión; y en menos de seis meses de líder político a eurodiputado de Podemos.

Las otras cuatro diputaciones europeas fueron para Teresa Rodríguez, de 32 años, nacida en Cádiz y activista de Marea Verde; Carlos Jiménez Villarejo, de 80 años, en 1985 asumió la Jefatura de la Fiscalía Anticorrupción, puesto del que fue cesado por el Gobierno del PP en 2003; Lola Sánchez, de 36 años, de Cartagena (Murcia); y Pablo

⁸⁵*eldiario.es* (28 agosto 2014) Cómo es Appgree, la app de democracia participativa que está probando Podemos.

http://www.eldiario.es/turing/apps/Appgree-app-democracia-participativa-Podemos_0_295021050.html

⁸⁶*personaldemocracy.com*. Carola Frediani (11 de agosto de 2014) “How Tech-Savvy Podemos Became One of Spain’s Most Popular Parties in 100 Days”. <http://techpresident.com/news/wegov/25235/how-tech-savvy-Podemos-became-one-spain%E2%80%99s-most-popular-parties-100-days>

Echenique-Robba, de 35 años, científico titular en el Instituto de Química Física Rocasolano, de la Universidad de Zaragoza.⁸⁷⁸⁸

En su segundo reto electoral en España, en las elecciones de Andalucía del domingo 22 de marzo de 2015, Podemos fue ya la tercera fuerza política de España, superando a Izquierda Unida.

Obtuvo 15 diputados en la provincia más poblada de España y dominada casi siempre por el PSOE que obtuvo 47 diputados: El PP bajó de 50 a 33 e Izquierda Unida bajó de 12 a 5 diputados, en comparación a las anteriores elecciones.⁸⁹

Las encuestas adelantaban mejores resultados para Podemos en las elecciones de Andalucía, alrededor de 20 diputaciones en lugar de las 15 que obtuvo, aunque sí confirmaron los sondeos su llegada como tercera fuerza:

“Es la primera vez en la historia de la democracia que un partido con escasos 14 meses de vida irrumpe en las instituciones con este porcentaje de votos. En las elecciones andaluzas, Podemos ha tocado al bipartidismo, contribuyendo a configurar un parlamento más plural, fragmentado y multipartidista, aunque ha quedado lejos de lograr su hundimiento”.⁹⁰⁹¹

⁸⁷ *Crowdfundig* en inglés, significa financiamiento de la multitud. También se le conoce en España como micro mecenazgo. Es la cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos. Se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. Puede ser usado por artistas buscando donaciones de sus seguidores, campañas políticas, financiación de deudas, vivienda, escuelas, dispensarios y el nacimiento de compañías.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>

⁸⁸ Carola Frediani. Op.cit.

⁸⁹ Antoni Gutiérrez-Rubí (26 octubre 2014). Tecnopolítica. El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción política colectivas. Pp.13-14.

⁹⁰ El Partido Vox, fundado un mes antes que Podemos, en diciembre de 2013. Catalogado en la derecha o ultraderecha. El 93 por ciento de sus votantes tiene email. Esto se debe a que su perfil es "un ex votante del PP, joven y masculino", según el sociólogo Narciso Michavila.

Su tercer reto electoral será en las elecciones municipales del 24 de mayo.

Y el gran encuentro, las elecciones generales de finales de 2015, donde diversas encuestas le dan a Podemos la segunda o tercera posición.

Todas las encuestas adelantan lo mismo, tanto para las elecciones municipales de mayo como para las elecciones generales de 2015:

Podemos obtendrá un alto número de votos que lo posicionarán por lo menos como tercera fuerza política. El partido o partidos ganadores en distintas regiones se verán obligados a realizar pactos para poder gobernar.⁹²

Ganan las redes sociales

Con una distancia abrumadora que demuestra su gran ciberactivismo y el aprovechamiento de medios tradicionales de comunicación como la televisión, Podemos es la organización política número uno de España en las principales redes sociales.⁹³

En Twitter tenía hasta el 15 de marzo de 2015 a 1 millón 355 mil seguidores. Seis veces más que el PSOE con 222 mil y del PP con 220 mil; nueve veces más que Izquierda Unida (IU) con 150 mil.

http://www.eldiario.es/politica/votantes-PP-PSOE-correo-electronico_0_302020403.html

⁹¹ Ciudadanos – Partido de la Ciudadanía (C's), cuya denominación cooficial en Cataluña es Ciutadans – Partit de la Ciutadania, fue la sorpresa en las elecciones municipales de Andalucía del 22 de marzo al obtener 9.3 por ciento de los votos y nueve diputaciones. Fue fundado en 2006.

⁹² INE. Instituto Nacional de Estadística. España (2 de octubre 2014)

<http://www.ine.es/prensa/np864.pdf>

⁹³ andalucesdiario.es (febrero de 2014)

<http://www.andalucesdiario.es/politica/la-clave-de-este-momento-no-es-un-eje-derecha-izquierda-sino-democracia-dictadura/>

En Facebook, Podemos tenía hasta esa misma fecha 957 mil “me gusta”, contra 139 mil de Izquierda Unida, 84 mil del PP y 80 mil del PSOE.

En YouTube también tiene mucha ventaja, con 49 mil suscriptores, siete veces más que el PSOE con 7 mil y nueve veces más que el PP con 5 mil 400.

En cuanto a líderes políticos de los distintos partidos, Pablo Iglesias es ya el político más influyente en Europa.⁹⁴

Tiene 900 mil seguidores en Twitter, contra 756 mil de Mariano Rajoy (PP), 142 mil de Pedro Sánchez Pérez Castrejón (PSOE) y 248 mil de Albert Rivera, presidente del Partido Ciudadanos.

Felipe González Márquez, que participó en siete de las 11 elecciones generales que ha habido en España desde la caída de Francisco Franco y que fue cuatro veces jefe de gobierno por su triunfo en las elecciones de 1982, 1986, 1989 y 1993... no tiene cuenta oficial de Twitter.

Por el contrario, los seguidores tanto del PP como del PSOE son los que menos usan Internet. Más de la mitad no tienen cuenta de correo electrónico ni teléfono celular.⁹⁵

La importancia de este liderazgo va más allá de la frialdad de las cifras. El valor se refiere a la capacidad para conectarse con la gente en el día a día. Aunque sea en temas triviales, para luego convertirlos en activistas sociales.

Rasha Abdulla, de la Universidad Americana de El Cairo, en un ensayo en el que repasa el uso de los distintos medios sociales por

⁹⁴ PODEMOS como práctica cultural emergente frente al imaginario neoliberal: hegemonía y disidencia”. Conversación con Íñigo Errejón Galván. https://ipena44.files.wordpress.com/2014/12/errejon_claves.pdf

⁹⁵ *Eldiario.es* (14 septiembre de 2014) Más de la mitad de los votantes de PP y PSOE no tiene correo electrónico. http://www.eldiario.es/politica/votantes-PP-PSOE-correo-electronico_0_302020403.html

activistas egipcios en los últimos años, destaca el impacto del desarrollo de actividades llanas y aparentemente triviales en la red, pero que permitieron crear una cultura de comunicación democrática y horizontal.

Establecer vínculos de pertenencia entre personas que no se conocían. El papel que los medios sociales han jugado durante años preparando indirectamente sectores de jóvenes egipcios para este momento y capacitándoles para aprovechar la oportunidad para el cambio cuando llegó el momento.⁹⁶

Perfil de Pablo Iglesias. De La Tuerka a La Sexta; sus vídeos en YouTube, millones de reproducciones

Pablo Iglesias Turrión nació en Madrid el 17 de octubre de 1978 (36 años). Estudió en la Universidad Complutense de Madrid (UCM) primero la carrera de Derecho y después la de Ciencias Políticas. Derecho la terminó con un promedio de 7.3 y la de Ciencias Políticas con un promedio de 9.2.

En 2008 obtuvo el doctorado, también en la UCM, con una tesis sobre la acción colectiva postnacional, un diplomado de estudios avanzados en Ciencia Política y de la Administración y el certificado de docencia. Tiene diversos estudios de postgrado en España y Suiza, entre ellos relacionados con el cine y la política.

Fue profesor titular interino de Ciencias Políticas en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología desde 2008 a 2011.

Su nombre no es por casualidad igual al del fundador del Partido Socialista Obrero Español, Pablo Iglesias Posse (1889-1925). Sus padres y sus abuelos fueron simpatizantes y/o militantes tanto del PSOE como de la Unión General de Trabajadores, también fundada por Iglesias Posse.

El académico universitario que usa coleta pero que nunca se pone la corbata apretada y menos usa traje sastre completo, inició su fama en

⁹⁶ Mario Tascón y Yolanda Quintana (2012). Op. Cit.

la televisión todavía siendo académico de la UCM y un año antes del 15-M.

En 2010 comenzó a dirigir y presentar “La Tuerka”, un programa de tertulia política realizado por la productora “Con Mano Izquierda”, en canales de la televisión vallecana Tele-K, de Madrid.

En abril de 2013 fue invitado al programa El gato al agua de Intereconomía. Tras su polémica participación, comenzó a recibir solicitudes de otros medios y pasó a ser colaborador habitual en las tertulias políticas de El gato al agua, El cascabel al gato (13 TV), La Sexta Noche (La Sexta), Las mañanas de Cuatro (Cuatro), Te vas a enterar (Cuatro) y La noche en 24 horas (24 horas).

Los videos de estas participaciones en la televisión general, de entrevistas y de otras producciones de la Tuerka, suman cientos de miles de reproducciones en YouTube.

El video “Pablo Iglesias ridiculiza a Eduardo Inda y el Mundo TV” tiene un millón 88 mil reproducciones; “Mejores momentos de Pablo Iglesias candidato de Podemos” un millón 48 mil reproducciones; “Alfonso Rojo expulsa bilis por la boca al hablar con Pablo Iglesias en la Sexta”, 872 mil reproducciones en YouTube.

Pablo Iglesias siempre ha destacado la importancia de lo audiovisual:

“En 2012 el 90 por ciento de un discurso político es un dispositivo audiovisual, el 95 por ciento de un liderazgo es un dispositivo audiovisual, el 95 por ciento de una campaña electoral o política es un dispositivo audiovisual, el 95 por ciento de lo que puede decir una organización política es un dispositivo audiovisual”.⁹⁷

⁹⁷*La Marea* (26 de mayo de 2014). Cinco claves del éxito de la campaña electoral de Podemos: 1- La elaboración de un discurso sencillo y que apela a la emoción; 2- El uso del lenguaje audiovisual; 3- La construcción del liderazgo; 4- La conquista del espacio en las televisiones generalistas; 5- Uso de los modos del 15-M. <http://www.lamarea.com/2014/05/26/cinco-claves-del-exito-de-la-campana-electoral-de-Podemos/>

La tecnopolítica de Podemos

Podemos es uno de los sucesos más interesantes de la política española no solo por sus rápidos logros, sino también por la forma y el éxito con los que ha utilizado las nuevas herramientas tecnológicas en el quehacer social y político.⁹⁸

Es una prueba de como Internet, las redes sociales, los teléfonos móviles, las aplicaciones y otras herramientas digitales pueden darle voz a la ciudadanía, levantar grandes movimientos sociales y transformar la política, los programas de gobierno y el equilibrio de poderes e intereses.

Obtener fondos sin créditos bancarios, elegir los candidatos con la participación de los ciudadanos, jerarquizar sus propuestas, tener alta reputación en redes sociales y ganar los debates en programas de televisión, se basan en modernas tecnologías que escuchan y responden a una auténtica participación ciudadana.

Podemos es un partido con una clara comprensión y pragmático aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

El primer debate oficial de Podemos, por ejemplo, congregó a 10 mil 989 participantes, recopiló 16 mil 218 propuestas y realizaron 260 mil votaciones.

En este primer ejercicio utilizó “Appgree”, una herramienta para móviles con Internet que ofrece la posibilidad de realizar debates y votaciones a tiempo real con un rápido recuento de votos.⁹⁹

⁹⁸TNI.org (12 febrero 2008) Las herramientas tecno políticas han surgido a raíz de la práctica y las transformaciones sociales del último ciclo de los movimientos sociales.

http://www.tni.org/es/archives/books_politicaenred_herramientas

⁹⁹eldiario.es (28 agosto 2014) Cómo es Appgree, la app de democracia participativa que está probando

Podemos.http://www.eldiario.es/turing/apps/Appgree-app-democracia-participativa-Podemos_0_295021050.html

Su nombre es la combinación de las palabras app (aplicación) y agree (estar de acuerdo).

“Reddit”, otra herramienta de Internet, fue utilizada por el partido para crear Plaza Podemos. La ha usado para debatir los principios éticos, políticos y organizativos que fueron votados en su Asamblea Nacional Ciudadana en octubre de 2014.

Plaza Podemos recibió entre su lanzamiento en julio y hasta agosto de 2014, más de 80 mil visitas únicas y más de 400 mil visitas a la página.
100

Obtener fondos de los ciudadanos y no endeudarse es uno de los objetivos de todos los partidos políticos. El de los donantes, conocer con transparencia el uso y efectividad de los recursos.

A través del crowdfunding, la cooperación financiera colectiva en red,¹⁰¹ Podemos ha conseguido su principal fuente de financiamiento, aportando más de la mitad del total de sus ingresos.

El partido recabó más de 150 mil de euros (2.7 millones de pesos mexicanos) de marzo a agosto 2014 a través de más de 10 mil proveedores de fondos.

Otras plataformas que ha usado Podemos son:

¹⁰⁰CarolaFrediani (11 de agosto de 2014) personaldemocracy.com. How Tech-Savvy Podemos Became One of Spain's Most Popular Parties in 100 Days. <http://techpresident.com/news/wegov/25235/how-tech-savvy-Podemos-became-one-spain%E2%80%99s-most-popular-parties-100-days>

¹⁰¹*Crowd-fundingen* inglés, significa financiamiento de la multitud. También se le conoce en España como micro mecenazgo. Es la cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos. Se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. Puede ser usado por artistas buscando donaciones de sus seguidores, campañas políticas, financiación de deudas, vivienda, escuelas, dispensarios y el nacimiento de compañías. <http://es.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>

Titanpad: herramienta de escritura colaborativa en tiempo real donde no existen editores y coordinadores predeterminados.

Loomio: herramienta de debate para cualquier tipo de grupo, desde pequeños grupos de trabajo hasta grandes organizaciones sociales.

Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor en comunicación estratégica subraya:

“Una de las claves de porque la tecnopolítica puede ser un factor de renovación extraordinaria no radica sólo en la potencia tecnológica para hacer posible y más fácil la participación y la deliberación a gran escala, sino por la capacidad de reconvertir a los militantes, simpatizantes o votantes en activistas y hacer posible el tránsito opino-comparto-actúo”.¹⁰²

Está claro que el uso exitoso de las nuevas tecnologías por parte de Podemos y otros nuevos partidos políticos de España como Vox y Ciudadanos no podría haber sido igual sin el rápido avance de penetración de Internet que hay en el país y el alto porcentaje de españoles conectados a través de las redes sociales.¹⁰³, ¹⁰⁴

De acuerdo a la “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares de 2014” en España:¹⁰⁵

¹⁰² Carola Frediani. Op.cit.

¹⁰³ Antoni Gutiérrez-Rubí (26 octubre 2014). *Tecnopolítica. El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción política colectivas*. Pp.13-14.

¹⁰⁴ El Partido Vox, fundado un mes antes que Podemos, en diciembre de 2013. Catalogado en la derecha o ultraderecha. El 93 por ciento de sus votantes tiene email. Esto se debe a que su perfil es "un ex votante del PP, joven y masculino", según el sociólogo Narciso Michavila.
http://www.eldiario.es/politica/votantes-PP-PSOE-correo-electronico_0_302020403.html

¹⁰⁵ INE. Instituto Nacional de Estadística. España (2 de octubre 2014)
<http://www.ine.es/prensa/np864.pdf>

“El número de hogares con Internet pasó de 10.3 millones en 2012 a 11 millones en 2013 y 12 millones en 2014. Esto representó crecer del 57 por ciento al 74.4 por ciento del total en solo dos años. En España había alrededor de 18 millones de hogares en 2013.

Por primera vez hay más usuarios de Internet (76.2 por ciento) que usuarios de computadoras (73.3 por ciento).

El 77 por ciento de los internautas accedieron a Internet mediante el teléfono móvil.

Más de la mitad de la población (51 por ciento) participa en redes sociales.

Para dimensionar, en México 30.7 por ciento de los hogares tienen acceso a Internet y en 35.8 por ciento hay computadora.

Por la mayor población y número de hogares, sin embargo, el número de usuarios de Internet en México se calcula entre 46 a 50 millones dependiendo de la fuente, contra 29 millones de usuarios de Internet en España.

La ideología de Podemos

La ideología de Podemos es tema de fuerte debate en España y en Europa. No se quiere acomodar a ninguna posición de izquierda, centro o derecha.

“La clave no es un eje derecha-izquierda, sino democracia-dictadura”, señaló Pablo Iglesias un mes después de la constitución formal del nuevo partido.¹⁰⁶

La lectura de los ensayos y de la tesis doctoral de uno de los principales líderes de Podemos, Íñigo Errejón, facilita sin embargo

¹⁰⁶ andalucesdiario.es (febrero de 2014)
<http://www.andalucesdiario.es/politica/la-clave-de-este-momento-no-es-un-eje-derecha-izquierda-sino-democracia-dictadura/>

ubicar al partido en contra del capitalismo y de los grupos hegemónicos de poder.¹⁰⁷

Al establecer claramente y desde un principio que quieren cambiar la realidad de España a favor de las mayorías, además de su rápido ascenso que ha modificado el escenario bipartidista PP-PSOE, se entienden las críticas de diversos grupos e intereses que, con fundamento o sin ellos, acusan a Podemos y a sus líderes de populistas, chavistas, fascistas, etc.

En Wikipedia hay un muy buen resumen de la controversia sobre si Podemos es o no populista. Con diversas fuentes y posturas:

Para Antonio Elorza, catedrático de Ciencias políticas de la Universidad Complutense de Madrid, Podemos daría «prioridad a necesidades bien reales (desahucios, pensiones, corrupción)», pero prescindiendo de una estimación de sus costes y con «mentalidad chavista» disuelta en el extenso programa del partido, por lo que «es justa la calificación de populismo».¹⁰⁸

En el mismo sentido, se expresa José Ramón Montero, catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Madrid, quien opina sobre Podemos que «combinan en mayores o menores dosis recetas extraordinariamente simplificadas de neopopulismo, antieuropeísmo, anti-partidismo y antisistema, así como un izquierdismo maximalista aplicado sin muchos matices a todas las causas, todos los líderes, todos los países».

¹⁰⁷ Podemos como práctica cultural emergente frente al imaginario neoliberal: hegemonía y disidencia”. Conversación con Íñigo Errejón Galván.

https://ipena44.files.wordpress.com/2014/12/errejon_claves.pdf

¹⁰⁸ Antonio Elorza. *El País* (18 de julio de 2014). El ex colega de Pablo Iglesias, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, termina su artículo señalando: Sin duda Iglesias y Errejón lograrán lo que una socióloga italiana llama el “centralismo cibercrático”, colocando el uso masivo de la Red, una ilusión de democracia directa, bajo dirección leninista. Solo falta que el PSOE permanezca anquilosado para que P. I. prosiga su ascenso.

http://elpais.com/elpais/2014/07/09/opinion/1404895770_355103.html

El director del Departamento de Sociología y Ciencia Política de la Universidad de La Coruña, Santiago Míguez, los profesores de Economía José Ignacio Conde-Ruiz y Juan Rubio-Ramírez, o Mauricio Rojas, profesor adjunto de Historia Económica en la Universidad de Lund, mencionan como componentes populistas del partido el fuerte liderazgo, con rasgos mesiánicos y anti-establishment, y un programa atractivo para «la gran masa de descontentos», que de ejecutarse podría comportar más inconvenientes que beneficios.

En sentido contrario, José Luis Villacañas, catedrático de Filosofía en la Complutense, señaló en un artículo publicado en *El Confidencial* que Podemos no parece una mera formación populista «porque ha dado señales claras de querer ser también una organización de oferta, y no un grupo que sólo parasita y recoge las demandas populares» y añade que su apuesta teórica no se identifica con un líder, sino con la formación de un colectivo.

La aceptación por Podemos del sistema representativo y de participación, a diferencia de los populismos de izquierdas, contruidos en torno a la personalidad de un líder carismático so pretexto de combatir a las oligarquías, junto con su renuncia a representar a la totalidad de la sociedad, para dirigir su discurso a un determinado sector del espectro social, alejarían al partido de los populismos latinoamericanos y del modelo venezolano, según Norbert Bilbeny, catedrático de Ética en la universidad de Barcelona, y de Àngel Casals, profesor de Historia Moderna en la misma universidad.

Juan Carlos Cuevas, profesor de la Complutense, e Ignacio Sánchez-Cuenca, director del Instituto Carlos III-Juan March y profesor de Ciencia Política de la Universidad Carlos III, entre otros analistas, rechazan la utilización del término populismo en relación con Podemos, por entender que se trata de «un recurso manido y perezoso ante cualquier propuesta que amenace el statu quo»

Desde el propio partido, Ariel Jerez, profesor de Ciencia Política en la Universidad Complutense, lamentó que el término «populismo» tenga

una carga negativa que atribuyó a la acción de los grandes medios de comunicación, y opinó que Podemos «tiene un componente populista auto asumido, incluso dentro de un debate», y que tal debate es un avance.

En la misma línea, el jefe de campaña de Podemos, Íñigo Errejón, manifestó que «existen condiciones para que un discurso populista de izquierdas, que no se ubique en el reparto simbólico de posiciones del régimen sino que busque crear otra dicotomía, articule una voluntad política nueva con posibilidad de ser mayoritaria»

Hasta aquí el resumen que presenta Wikipedia sobre la controversia de si Podemos es o no populista.¹⁰⁹

La importancia de esta controversia no es solo ideológica o política, sino también económica y social:

- Económica, por saber si Podemos tiene en realidad una estrategia de políticas públicas para resolver los grandes problemas de España que son los grandes problemas de casi todos los países capitalistas: desempleo, deuda pública y privada, escasez de recursos para la atención de prioridades sociales como salud, educación, pensiones, seguridad...
- Social, para saber si los movimientos del ciberactivismo (del 15-M en el caso de España) se pueden convertir de levantamientos ciudadanos de protestas que transforman la realidad, a manifestaciones de trabajo, sacrificio y solidaridad ante los graves problemas económicos.

Es decir, de la línea del ciberactivismo: Información-conexión-organización, protesta-transformación. A una todavía más transformadora de la realidad con: Capacitación-trabajo-sacrificio-solidaridad.

¹⁰⁹Wikipedia. Podemos (partido político). Controversia sobre populismo [http://es.wikipedia.org/wiki/Podemos_\(partido_pol%C3%ADtico\)#Controversia_sobre_populismo](http://es.wikipedia.org/wiki/Podemos_(partido_pol%C3%ADtico)#Controversia_sobre_populismo)

Propuesta de plan económico

Podemos ha pasado de las protestas y las consignas en las calles, a la formación de un partido político que tiene posibilidades de gobernar España.

Son escenarios distintos. Significaría dar respuesta a las ofertas de campaña, donde la falta de empleo y otros problemas económicos como los desahucios son el gran reto. Y eso no se consigue solo con buena voluntad.

Tampoco son suficientes la democracia, la honradez y la transparencia.

Los líderes de Podemos lo tienen muy en cuenta. Por eso no han elaborado todavía un plan, sino apenas una propuesta de plan.¹¹⁰

Esta propuesta de plan económico fue elaborada por Vicenç Navarro y Juan Torres López, a petición de Podemos, con una clara moderación en temas tan demagógicos como el impago de la deuda externa y tan populistas como la renta universal.¹¹¹

Se han cubierto al señalar que es apenas una propuesta de debate para solucionar los problemas de la economía española.

Advierten:

“No creemos que sea la hora de limitarse a abrir un amplio abanico de deseos sino la de proponer aquello que

¹¹⁰ Sitio en Internet de Podemos. Un proyecto económico para la gente. Democratizar la economía para salir de la crisis, mejorando la equidad, el bienestar, y la calidad de vida. Noviembre de 2014 <https://web-Podemos.s3.amazonaws.com/wordpress/wp-content/uploads/2014/11/DocumentoEconomicoNavarroTorres.pdf>

¹¹¹ *El País*, (27 nov. de 2014). Podemos aparca el impago de la deuda y la renta universal. http://politica.elpais.com/politica/2014/11/27/actualidad/1417093951_581224.html

efectivamente se podría realizar de forma inmediata, es decir, contemplando en todo momento las restricciones reales con las que inevitablemente se enfrentará en el corto plazo un Gobierno progresista empeñado en resolver la situación de emergencia en la que a nuestro juicio se encuentra la economía española...”

Y, sobre todo, teniendo en cuenta al mismo tiempo que asumimos como punto de partida, por un lado, que ya es hora de que los problemas de nuestra economía se afronten pensando en privilegiar a la mayoría de la población y no a los grupos minoritarios más poderosos y, por otro, que no se puede prometer sin freno para luego traicionar las promesas electorales, como es evidente que han hecho los partidos gobernantes en los últimos años”.

La propuesta toca elementos fundamentales de una grave crisis económica como el empleo, la reestructuración de la deuda, las pensiones, los salarios, reducir la edad de jubilación, entre otros temas.
¹¹²

Aunque las propuestas son más moderadas y abiertas al debate, no dejan de tener un tinte populista que ha sido fuertemente criticado incluso por simpatizantes de Podemos por demagógicas e inalcanzables.

Pablo Iglesias, el rey de los debates políticos en la televisión española, sufrió el 16 de noviembre de 2014 uno de sus peores momentos en la pantalla cuando la periodista Ana Pastor lo entrevistó sobre las propuestas del plan económico de Podemos. El simple pero impecable cuestionamiento fue: “Es que no me salen las cuentas... ¿de dónde saldría todo ese dinero para cumplir los objetivos del plan económico?”. No hubo respuesta concreta.^{113 114}

¹¹²*Expansión.com* (27 noviembre 2014). Las 15 claves que marcarán el programa económico de Podemos.

<http://www.expansion.com/2014/11/27/economia/1417071362.html>

¹¹³*La voz libre* (17 de noviembre de 2015). Pablo Iglesias sufre ante Ana Pastor: 'La entrevista más difícil que me han hecho nunca'.

Conclusiones

Podemos ya ganó al pasar del movimiento social que le dio vida (el de los Indignados del 15-M), a partido político con cinco diputados en el parlamento europeo, tercera fuerza política en Andalucía y mayores triunfos en las próximas elecciones municipales de mayo de 2015.

Se apoyó en el dominio de medios tradicionales como la televisión y en contenidos audiovisuales, así como en el hábil manejo de Internet, redes sociales, aplicaciones para teléfonos móviles y otras herramientas como Appgree y Reddit.

Puede llegar a convertir a su líder, Pablo Iglesias, en el primer presidente 2.0 de habla hispana, siguiendo el modelo de Barack Obama, que en 2008 fundamentó buena parte de su triunfo en las redes sociales, en el financiamiento a través del crowdfunding, y en la conexión de millones de personas a través de Internet.

Es ya un caso de estudio sobre el ciberactivismo para la sociología, la ciencia política y los medios de comunicación.

También para el análisis de los partidos de izquierda y de los gobiernos populistas.

De ganar las elecciones generales de finales de 2015 y convertirse en gobierno, tendrá que enfrentarse el reto de resolver problemas tan graves como el desempleo, la concentración del ingreso y los altos niveles de endeudamiento.

Cumplir sus ofertas y satisfacer las crecientes necesidades de salud, educación y asistencia social con recursos escasos.

<http://www.lavozlibre.com/noticias/ampliar/997278/pablo-iglesias-sufre-ante-ana-pastor-la-entrevista-mas-dificil-que-me-han-hecho-nunca>

¹¹⁴ YouTube. Véase la entrevista de Ana Pastor con Pablo Iglesias, líder de Podemos. <https://www.youtube.com/watch?v=DcMtfqDfcfg>

Bibliografía

- De Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes*. Manual para personas, colectivos y empresas abocadas al ciberperiodismo. Madrid: Ediciones El Cobre.
- Gil. I. (2015). *Pablo Iglesias. Biografía Política Urgente*. Editorial Stella Maris.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2014). *Tecnopolítica. El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción política colectivas*. Disponible en <http://www.gutierrez-rubi.es/tecnopolitica/>
- Iglesias, P. (2013). *Maquiavelo frente a la gran pantalla. Cine y Política*. Madrid: Editorial Akal,
- Iglesias, P. (2014). *Disputar la Democracia*. Madrid: Editorial Akal.
- Iglesias, P. (Coord.). (2014). *Ganar o morir. Lecciones políticas en juegos de Tronos*. Madrid: Akal.
- Errejón Galván, Íñigo (2012). Madrid. Tesis Doctoral: *La lucha por la hegemonía durante el primer gobierno del MAS en Bolivia (2006-2009): un análisis discursivo*
<http://eprints.ucm.es/14574/1/T33089.pdf>
- Monedero, J.C. (2013) *Curso urgente de política para gente decente*. Barcelona. Seix Barral
- Podemos como práctica cultural emergente frente al imaginario neoliberal: hegemonía y disidencia”. Conversación con Íñigo Errejón Galván (2014). España: Universidad Complutense de Madrid. Revista Científica de Información y Comunicación.
- Ramos C (2013) #Democracia Hacker. El poder de los ciudadanos. Granada, Algodón Editores.
- Rivero J. (2014) Conversaciones con Pablo Iglesias, Madrid, Turpial.
- Tascón, M., y Quintana, Y. (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid. Editorial Catarata.
- Toret J (coordinador) (2013) *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona, Editorial UOC.