



KARPETA

Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales

ISSN: 1549-2230

<http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.63162>EDICIONES
COMPLUTENSE

Movilización cultural y artística en los movimientos tecnopolíticos contemporáneos¹

José Candón-Mena²Recibido: 7 de febrero de 2019 / Aceptado: 14 de marzo de 2019 [Open peer reviews](#)

Resumen. La cultura y el arte son herramientas movilizadas por los movimientos sociales para enmarcar la acción colectiva. Los movimientos utilizan y recombinan los distintos elementos del stock cultural, tanto de la cultura popular como de la cultura mediática, y también crean elementos nuevos. A través de un proceso de mediación los movimientos influyen también en la industria cultural. A través de entrevistas y observación participante, este texto ilustra algunos ejemplos de movilización del arte y la cultura en los movimientos contemporáneos y define una cultura digital global de movilización ligada a la cultura de internet, tratando de delimitar las causas del surgimiento de esta cultura digital global compartida por diversos movimientos contemporáneos.

Palabras clave: arte; cultura; identidad colectiva; internet; movimientos sociales.

[en] Cultural and artistic mobilization in contemporary techno-political movements

Abstract. Culture and art are tools mobilized by social movements to frame collective action. The movements use and recombine the different elements of the cultural stock, part of the popular culture as well as the media culture, and also create new elements. Through a process of mediation movements also influence the cultural industry. Through interviews and participant observation, this text illustrates some examples of the mobilization of art and culture in contemporary movements and defines a global digital culture of mobilization linked to the Internet culture, trying to define the causes of the emergence of this digital culture global shared by diverse contemporary movements.

Keywords: art; culture; collective identity; internet; social movements.

Sumario. 1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. Ejemplos de movilización de la cultura popular y la cultura comercial y de la mediación entre movimientos e industria. 4. La cultura de internet y el surgimiento de una cultura digital global de movilización. 5. Conclusiones. 6. Referencias.

Cómo citar: Candón-Mena, J. (2019). Movilización cultural y artística en los movimientos tecnopolíticos contemporáneos, en *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 16(1), 11-31.

¹ Esta investigación forma parte del Proyecto de I+D “Ciberactivismo, Ciudadanía Digital y Nuevos Movimientos Urbanos” (CiberMov) financiado por el Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento del Ministerio de Economía y Competitividad (Ref: CSO2016-78386-P). Fondos FEDER.

² Universidad de Sevilla (España)
E-mail: jcandon@us.es

1. Introducción

El objetivo de este texto es identificar elementos artísticos y símbolos culturales utilizados por los movimientos sociales contemporáneos para enmarcar su acción colectiva mediante la identificación de las causas y responsables de los problemas sobre los que actúan, las acciones pertinentes para afrontarlos y la identidad colectiva por la que el movimiento se identifica como actor social. Remitimos, por tanto, a los marcos culturales definidos por Gamson (1988) que distingue entre: los marcos de injusticia o de diagnóstico, que definen el problema y sus causas e identifican a los responsables, como orientaciones cognitivas y afectivas que hacen que un movimiento interprete una situación como injusta; los marcos de acción o de pronóstico, que definen la estrategia apropiada para solucionar el problema planteado, la capacidad de agencia o la conciencia del movimiento respecto a las perspectivas de éxito y eficacia de su acción para transformar esa realidad identificada como injusta; y el marco de identidad, que realza la pertenencia al grupo y el reconocimiento colectivo que permite al movimiento construir una autoconcepción de sí mismo como actor social diferenciado de sus adversarios.

A través de entrevistas y *focus group* realizados en los últimos años con activistas de movimientos como el altermundismo, el de la vivienda digna o el 15M en España y el #yosoy132 en México, así como la observación participante en España, México, Portugal e Italia, se identifican y analizan ejemplos concretos del uso de la cultura popular tradicional, de la utilización y resignificación de la cultura comercial, mediática o *mainstream* y, por otra parte, de la influencia de la acción colectiva en la producción de la industria cultural.

Posteriormente el análisis se centra en identificar una matriz cultural creada en torno a la cultura de internet y las nuevas TIC como uno de los patrones culturales más extendidos entre muchos de los movimientos contemporáneos, defendiendo la existencia en este sentido de una cultura digital global de movilización compartida por movimientos como el altermundista (global), la vivienda, el 15M (España), #yosoy132 (México), *Occupy* (países anglosajones), *Geração A Rasca* (Portugal), *Nuit debout* (Francia) o la Primavera Árabe.

Finalmente, se trata de identificar las causas que podrían explicar la extensión de esta cultura digital global en movimientos diversos de países muy diferentes en los que, sin embargo, se encuentran claros paralelismos en el uso de símbolos y recursos culturales y artísticos ligados a la cultura de internet.

2. Marco teórico

El análisis antropológico de la cultura (Geertz, Turner), los marcos y roles de la psicología social (Goffman, Snow, Gamson), el análisis dramático y retórico (Edelman, Gusfield), el concepto de cultura como repertorios para la acción y herramienta (Tilly, Swidler) o las teorías comunicativas de la mediación (Martín-Barbero), nos aportan conceptos fundamentales para abordar la importante lucha cultural que llevan a cabo los movimientos³.

³ Partes de la exposición sobre teorías de la acción colectiva y de la comunicación que se resumen en el texto están basadas en la tesis doctoral del autor (Candón-Mena, 2010).

Desde las teorías de la acción colectiva, desarrollos posteriores de la “Teoría de Movilización de Recursos” (TMR) resaltan la importancia de la identidad, la ideología y la cultura en los movimientos sociales. A partir de la perspectiva cultural y el enfoque de la psicología social, Gamson toma de Goffman (1974) el concepto de “marcos de interpretación” como el “conjunto de orientaciones mentales que permiten organizar la percepción y la interpretación de hechos sociales significativos” y lo aplica a los movimientos definiendo los “marcos de acción colectiva” como los “esquemas interpretativos que inspiran y legitiman la acción de los movimientos” (Gamson, 1988, p. 21).

Se inaugura así la perspectiva constructivista según la cual en los movimientos se generan entendimientos y sentimientos compartidos a partir de la redefinición de significados que acuden a la sabiduría popular, la experiencia o elementos de la cultura de la comunidad. Los actores colectivos construyen interpretaciones compartidas del mundo que legitiman y motivan la acción colectiva a través de procesos de “enmarcamiento” (Gerhards, 1995). Realizan así un esfuerzo consciente y estratégico para dar a sus demandas formas más amplias al enmarcarlas en un bagaje ideológico y en los discursos culturales que crean confianza y cooperación basadas en presupuestos compartidos.

Como afirma Rovira (2017, p. 9), “todo movimiento es un laboratorio de producción simbólica que necesita comunicar”. Según Tarrow (1997, pp. 208-210) los activistas realizan “intentos de movilización simbólica” y se esfuerzan por encontrar “símbolos que resulten lo suficientemente conocidos como para movilizar a la gente” recurriendo a “un baúl de herramientas culturales que los promotores políticos convierten creativamente en marcos para la acción colectiva”. En este proceso selectivo los actores de la movilización escogen los símbolos de la cultura “que esperan mediarán óptimamente entre los sustratos culturales de los grupos a los que apelan, las fuentes de la cultura oficial y los militantes de sus movimientos”, y dan forma a sus demandas a través de “la intersección existente entre la cultura de una población objetivo y sus propios valores y fines”, pero además los movimientos son “consumidores de significados culturales existentes, además de productores de otros nuevos” (Tarrow, 1997, pp. 214-215). Es decir, los movimientos consumen, transforman y también crean cultura. De forma más general, Swidler (1986, citado en McAdam, McCarthy y Zald, 1999, p. 376) define la “cultura como herramienta” al hablar de los “procesos de bricolaje a través de los cuales los distintos elementos de un stock cultural se recombinan para crear modelos específicos o ejemplos de lo que es la conducta socialmente definida”. Para Snow y Benford (1992, p. 137) los marcos para la acción colectiva son un “esquema interpretativo que simplifica y condensa el ‘mundo de ahí fuera’ puntuando y codificando selectivamente objetos, situaciones, acontecimientos, experiencias y secuencias de acciones”.

En la praxis cultural de los movimientos hay que distinguir entre dos niveles. El “pre-político y (sub)cultural en el que se producen los procesos cotidianos de construcción de significado en los que el arte y la música pueden llegar a ser elementos importantes de identificación (sub)cultural y también de ‘enmarque’ de la realidad y, por tanto, convertirse en un recurso semioculto y hasta invisible del que se pueden valer los movimientos políticos”. Y el nivel político que se refiere a “la utilización expresa de los artefactos culturales, canciones y obras de arte, etc., como herramientas para la movilización de la protesta y la solidaridad social” (Eyerman, 1998, pp. 142-144). Esta distinción entre un nivel causal que puede motivar a la movilización

y el nivel funcional y consciente por el que los movimientos movilizan los recursos culturales para su causa se refleja también en la distinción entre la “formación del consenso” como el “resultado de la convergencia espontánea de significados en las redes y subculturas sociales”, donde, al margen de cualquier control, “los procesos de comparación social producen definiciones colectivas de una situación”, y la “movilización del consenso”, definida como los “intentos deliberados de difundir los puntos de vista de un determinado actor social entre los estratos de una población” (Klandermans, 1988). Es en este segundo nivel consciente donde el movimiento crea una “retórica del cambio” a través de discursos y símbolos culturales que subrayan la importancia y urgencia del problema denunciado, la necesaria actividad para afrontarlo y la posibilidad de lograr éxitos a través de la movilización, mientras que sus oponentes movilizan una retórica opuesta para contrarrestarlo (Hirschman, 1991).

Profundizando el camino abierto en la TMR por conceptos como los “repertorios de acción colectiva” o los “marcos culturales”, la Teoría de los Nuevos Movimientos Sociales (NMS) se centra en el concepto de “identidad colectiva” y por tanto en los aspectos culturales e identitarios que explican la movilización. Para Neveu (2006, p. 143), “el interés de estos enfoques consiste en reintegrar, dentro del análisis de los movimientos sociales, una dimensión de lo cultural, subrayar el incesante trabajo de reciclaje de creencias, de referencias históricas, de estereotipos, de conocimientos compartidos en el trabajo de legitimación de sus causas, y de hacer con ello inteligible la fuerza de los movimientos que saben movilizar aquello que Gamson da en llamar ‘resonancias culturales’”.

En el contexto actual, la cultura se define en buena parte por lo que marcan las industrias culturales y los medios de comunicación, desde la música al cine pasando por los videojuegos. Desde el campo teórico de la comunicación se ha atendido a las repercusiones de la industria y el mercado en el ámbito cultural. En el paradigma crítico de la Escuela de Frankfurt primaba un abordaje pesimista. Adorno y Horkheimer (1947) definen la “industria cultural” como el proceso de producción industrial de la cultura como mercancía, en la que el beneficio “ha conquistado el predominio sobre la cultura” (Adorno, 1967, p. 8). Contraponen el concepto al de “cultura de masas” para resaltar que no se trata de una cultura que surge espontáneamente de las masas, sino mediante las condiciones impuestas por los medios masivos. La cultura que emana de los medios de comunicación se caracterizaría así por su conservadurismo, promoviendo la conformidad y la pasividad de las masas.

Sin faltar razones para esta crítica, desarrollos posteriores han venido matizando esta idea, por una parte, de la monolítica visión de la cultura mediática pero, sobre todo, de la pasividad del público ante los mensajes recibidos desde la industria cultural. Ya desde el seno frankfurtiano, Habermas (1962), aun manteniendo su denuncia de la intrusión del mercado en la esfera cultural y su modelo comercial de “fabricación de la opinión” que conduce a la “refeudalización de la sociedad”, señala también las prácticas significativas desarrolladas en la vida cotidiana y las experiencias dialógicas de la comunicación popular.

Desde los años setenta se desplaza el interés que tenían la *Mass Communication Research* y la Escuela de Frankfurt del medio hacia los mensajes y sus contenidos y se introducen en los estudios de comunicación los aportes de la antropología cultural de Lévy-Strauss (1958) o de la lingüística de Ferdinand Saussure (1962). En los años 60 investigaciones en Francia de Roland Barthes (1957 y 1964) o Christian Metz (1973) e Italia de Umberto Eco (1975) se dedican al estudio de las textualidades

de los medios de comunicación. En su versión semiótico-informacional, el estructuralismo mantuvo una visión cerrada sobre la estructura del texto considerándolo independiente del contexto que le da sentido, denunciando, en línea con la Escuela de Frankfurt, la manipulación ideológica que se escondía detrás de todo discurso. Sin embargo, la linealidad de la transmisión en el proceso de comunicación se une a los factores semánticos mediante el concepto de código, centrando así la atención en el proceso de descodificación en el que el público construye y da sentido a los mensajes difundidos por los medios. Se abre así la posibilidad de una “descodificación aberrante”, en la que el destinatario interpreta el mensaje de forma diferente o contraria a las intenciones y previsiones del emisor (Eco y Fabbri, 1978, p. 561). Posteriormente se desarrolla el modelo semiótico-textual considerando el contexto social e histórico de la situación de los hablantes y los procesos de enunciación y actos de habla, los cuales otorgan poder a los destinatarios como receptores activos.

Posteriormente, desde los Estudios Culturales, diversos autores estudian “la cultura del pobre” (Matterlart y Matterlart, 2008, p. 74) o la formación cultural de la clase obrera, las culturas marginales y la recepción de géneros populares. Frente a la tesis de una manipulación vertical de algunos enfoques estructuralistas, los *Cultural Studies* se centran en las mediaciones del sujeto receptor y en el papel activo de la audiencia. Analizan la atribución de sentido a la realidad, el desarrollo de una cultura, de prácticas sociales compartidas y de un área común de significados como una forma específica de proceso social (Wolf, 2000, p. 121). Así abordan problemas concretos de la cultura contemporánea, de la cultura popular y de los procesos de recepción y apropiación de la cultura masiva. Estudian por tanto las estructuras y procesos a través de los que los medios reproducen la estabilidad social y cultural. Sin embargo, estos procesos no se conciben ya de forma unidireccional ya que la cultura se adapta continuamente a las presiones que emergen de la propia sociedad, integrándolas en el propio sistema. Enriquecen de esta forma el enfoque crítico al introducir en el debate el concepto de la lucha cultural como parte de la lucha política para el cambio social, al reivindicar la cultura popular y obrera frente a la de élite y al introducir el concepto de “agencia social” en los fenómenos culturales. Esta perspectiva recibe influencia de Gramsci (1949) y su concepción de la “hegemonía” como la capacidad que tiene un grupo social de ejercer la dirección intelectual y moral sobre la sociedad, desplazando la noción de clase dominante basada en el poder económico. Rechazan por tanto asimilar las cuestiones culturales e ideológicas a las clases y la estructura económica destacando la necesidad de tratar las negociaciones y mediaciones del poder. Se destaca la complejidad de la reproducción cultural. El comportamiento del público está orientado por factores estructurales y culturales pero, por otra parte, tiene influencia en el contenido de los medios por la capacidad de englobamiento y adaptación de éstos. La producción de los media es un sistema complejo de prácticas para la elaboración de una cultura y de la imagen de la realidad social y, por otra parte, el consumo de la comunicación de masas es un proceso de negociación. Se alejan por tanto de las teorías conspirativas en las que los contenidos mediáticos tienen un claro y directo objetivo de control social para poner de manifiesto la complejidad de la dialéctica entre sistema cultural, conflicto y control social (Wolf, 2000, p. 123).

Hall (1973) describe así tres tipos de descodificación de los mensajes mediáticos por parte de la audiencia: el dominante, que corresponde a los puntos de vista hegemónicos presentados como naturales y legítimos, como el sentido común del orden

social; El de oposición, que interpreta el mensaje a partir de otro marco de referencia con una visión contraria del mundo; Y el código negociado, que mezcla elementos de oposición y adaptación. Jensen (1987) introduce el concepto de “comunidad interpretativa” para explicar cómo inciden factores contextuales diversos en los procesos de recepción. Fiske (1993) completa las proposiciones de los primeros trabajos al indicar que la recepción se realiza no sólo desde una clase social sino desde la perspectiva de un género o de una raza. James Lull (2001) aporta el concepto de “reglas” o conjunto de conductas sociales modeladas por la familia y la escuela, como elementos que intervienen en los procesos de recepción y consumo cultural. Autores latinoamericanos como Jesús Martín-Barbero (1987), con su noción de “mestizaje”, y Néstor García Canclini (1990), con el de “culturas híbridas”, describen la relación que se da en el encuentro de las culturas populares con la cultura masiva, produciéndose relaciones tanto de resistencia como de sumisión. Martín-Barbero, a través de su “teoría de las mediaciones” asume el concepto de “mediación simbólica” –en lugar de mediática– y concibe al receptor como un sujeto activo que se apropia de la cultura masiva y resemantiza los mensajes desde sus propios códigos culturales, desde su contexto cultural y social. En suma, los Estudios Culturales se desmarcan de la rigidez de la Escuela de Frankfurt, pero mantienen la posición crítica de esta. Por otra parte valoran las manifestaciones de la cultura popular en contraposición de la idea aristocrática de la “alta cultura” que se manifiesta en los autores de *Frankfurt*.

Más allá de la recepción activa y la mediación social de los contenidos difundidos por los medios, en América Latina surgen propuestas de apropiación crítica y de comunicación alternativa que superan el ámbito de la recepción para abordar la apropiación y uso popular de los medios. Estos planteamientos revisan las investigaciones sobre los usos y gratificaciones, destacando el uso social de los medios y no sólo los procesos individuales de gratificación psicológica del receptor. Parten de la concepción de la comunicación aportada por los autores latinoamericanos como Paulo Freire (1970 y 1973) y Antonio Pasquali (1972 y 1974), quienes fundaron en la región una perspectiva teórica opuesta a la idea de que a través de los medios pueda darse la auténtica comunicación. Pasquali (1974) define filosóficamente el concepto comunicación como “compartir” o “poner en común” diferenciándolo de los procesos unilaterales a través de los medios masivos, a los que considera medios de información o de difusión. Freire (1970) trata sobre las estrategias de comunicación popular y establece un vínculo entre comunicación y organizaciones populares. Mattelart (1976) investiga las experiencias de comunicación alternativa o comunicación popular en Chile durante el gobierno de Allende que buscaban romper con el esquema rígido de comunicación vertical que otorgaba funciones prefijadas al emisor y al receptor. Fomenta una comunicación más democrática y participativa, en la cual el receptor tuviese igualdad de condiciones y oportunidades para producir y emitir mensajes, para “devolver la palabra al pueblo”.

En resumen, la teoría comunicativa abandona progresivamente la visión simplista y unilateral de la manipulación mediática para complejizar las relaciones entre el público y los medios, destacando además formas sutiles y negociadas de reapropiación de los mensajes y la cultura en las que “la resistencia y subversión de las personas comunes y corrientes no pasa por el rechazo o el cambio manifiesto de los productos impuestos [...] sino que dicha resistencia y subversión se manifiesta en el cómo estos productos son utilizados con funciones y fines diferentes a los propuestos por el sistema” (Sierra y Gravante, 2017, p. 53).

3. Ejemplos de movilización de la cultura popular y la cultura comercial, y de la mediación entre movimientos e industria

La cultura y el arte juegan un papel fundamental para los movimientos sociales. Como hemos visto, en primer lugar, pueden actuar en el nivel de latencia inspirando la movilización, sirviendo de metáforas para definir injusticias y/o crear sentimientos de identidad que inspiren la acción colectiva. En una fase posterior, los movimientos usan de forma consciente y estratégica elementos artísticos y culturales para simbolizar sus demandas, apuntar a sus enemigos o rivales, ilustrar sus propuestas, etc., (Eyerman, 1998, pp. 142-144). Para ello los movimientos hacen uso del bagaje previo tanto de la cultura popular como de la cultura mediática, de masas o *mainstream* (Martel, 2011), ya sea en sus formas originales pero en un nuevo contexto o resignificándola. Tradiciones musicales, refranes populares, cine, cómic, eslóganes políticos o publicitarios, etc. son utilizados como “herramientas” (Swidler, 1986) para “enmarcar” (Gamson, 1988) la acción colectiva. El movimiento español del 15M nos muestra algunos ejemplos de esta movilización del arte y la cultura popular o de la utilización y resignificación de la cultura masiva, pero también de la influencia del movimiento en la propia producción de la industria cultural.

Respecto al arte y la cultura popular encontramos un buen ejemplo en el colectivo sevillano flo6x8. En particular resulta interesante cómo el colectivo usa la tradición local, en este caso el flamenco, arraigando y territorializando la cultura general del 15M. Siendo símbolo de la música española y un género hoy internacional, es conocido el arraigo cultural del flamenco en Andalucía. El colectivo muestra de esta forma como se traduce la identidad y el simbolismo del 15M al contexto cultural local.

Cabe señalar el antecedente del llamado MayDay, una iniciativa internacional para la celebración de un 1º de Mayo alternativo centrado en la denuncia de las nuevas formas de precariedad laboral y surgido de los ambientes de la autonomía italiana que se extenderá luego a otras ciudades europeas (Mosca, 2006). Particularmente en España, tomará fuerza en Barcelona, Sevilla o Málaga. Ya entonces el movimiento tomará el lenguaje y los símbolos culturales surgidos en Italia, como el término “precarizado”⁴. En el contexto italiano el movimiento del MayDay hará uso de la cultura popular, en concreto la religión popular, creando la figura de “San Precario” que será adoptada en otras ciudades europeas. Sin embargo en Sevilla esta figura se adaptará a las sutilezas de la cultura local y a la fuerte tradición de la Semana Santa de forma que, en la “mariana” capital hispalense, “San Precario” será sustituido por “Nuestra Señora de la Precariedad”. Incluso en el trasvase cultural del propio movimiento europeo los actores colectivos no tomarán sin más el símbolo original del Santo, sino que lo adaptarán a la advocación religiosa local, a la tradición mariana de Sevilla dominada por las figuras femeninas de las vírgenes, como la “Macarena”, la “Esperanza de Triana” o la “Estrella”, protagonistas indudables de la Semana Santa

⁴ El “precarizado” ha sido definido como una nueva clase social por Guy Standing (2013 y 2014), determinado principalmente por específicas “relaciones de producción”, específicas “relaciones de distribución” (fuentes de ingreso) y específicas “relaciones con el Estado”. De estas relaciones surge una conciencia distintiva de lo que son reformas y políticas sociales deseables. Por su parte Wright (2018) no lo considera una clase propia distinta del proletariado, sino un agregado de situaciones de clase caracterizadas en general por tener, a pesar de una mejor formación, mayor inestabilidad y temporalidad en el mercado de trabajo y una menor seguridad y protección social. No obstante Wright señala la utilidad de usar el término como forma de legitimar un programa de acción, que es precisamente lo que hace el movimiento del MayDay.

por encima de figuras masculinas como santos o el propio Jesucristo. En la tradición cofrade de Sevilla, el Cristo acompaña a la Virgen, y no al revés. Incluso cofradías como la de El Gran Poder, donde la figura de Jesús es protagonista, son ensombrecidas por la Macarena o la Esperanza con las que comparte noche de penitencia. La fuerza simbólica de San Precario se ve reforzada en Sevilla al transformarlo en una virgen que se pasea por la manifestación del 1º de Mayo, imitando también los rituales y el ritmo de un paso de Semana Santa.

De la misma forma, el colectivo flo6x8 moviliza la cultura local del flamenco en el marco general del 15M. Para ello adapta la letra de los cantes con contenido político, pero además teatraliza el canto y el baile en contextos diversos. Ya al inicio del movimiento el colectivo aparece en las primeras manifestaciones con intervenciones que consisten en llevar una pequeña escalera a la que se sube un cantaor que en un momento de silencio de la marcha interrumpe por encima de las cabezas de los manifestantes interpretando a capea un canto con letras adaptadas al mensaje político del movimiento. Pero sus acciones más conocidas son las ocupaciones temporales de sedes bancarias en las que a modo de *flashmob* (Rheingold, 2004) organizan un baile colectivo al son de un canto con una letra específica de denuncia a la banca como responsable de la crisis económica o el problema de la vivienda. Tradición y modernidad se conjugan en estas acciones, ya que el uso del flamenco se complementaba con la teatralización de los *flashmob* y la posterior difusión de la misma a través del vídeo en YouTube y su viralización en redes sociales. Como afirma Sierra (2017, p. 25) “las culturas populares, como en otros momentos de la historia, no renuncian al principio de adaptación creativa”. Así el colectivo recupera con sus acciones la expresión del flamenco original como ejemplo de cultura subalterna ligada a la marginalidad del pueblo gitano y lo repolitiza en el nuevo contexto, en este caso la crisis económica. Según uno de sus integrantes “las letras flamencas tradicionalmente eran de denuncia, sobre el éxodo rural, los abusos del señorito [...] Nosotros apostamos por una repolitización del flamenco” (Carretero, 2013).

En cuanto a la cultura masiva o *mainstream*, encontramos un buen ejemplo en las acciones desarrolladas contra el banco La Caixa en Barcelona bajo el lema “La Caixa es Mordor”. En este caso se aprovechaba, por una parte, la emblemática sede de La Caixa en la ciudad condal, compuesta por dos destacadas torres negras situadas en la avenida Diagonal, y por otra el relato, la épica y el imaginario de la saga cinematográfica de *El Señor de los Anillos* (Jackson, 2011, 2002 y 2003). Como afirma Rovira (2017, p. 10) “las luchas de hoy son necesariamente singulares pero comparten códigos, muchas veces accidentes y apropiaciones inesperadas de lo que el mismo capitalismo globalizado y las industrias culturales promueven”. Así la simbología de esta película se resignificaba para señalar al enemigo del movimiento 15M, en este caso la banca. Como refleja un texto periodístico cercano al movimiento y narrado en primera persona:

¿Que cómo es Mordor? Mordor es oscuro, tenebroso, da muy mal rollo. No hay término élfico, en lengua Ent o de los hombres para describir este horror. Estar allí, a los pies de La Caixa, armado tan sólo con una cacerola, no es algo que uno elegiría como fiesta de cumpleaños, te lo aseguro. En esas dos torres habitan las fuerzas del Mal, los agentes financieros que nos han traído esta crisis. Esta estafa. Los hobbits que han dormido aquí aseguran que nunca antes habían habitado lugar tan inhóspito. Toda la noche la han pasado rodeados de Orcos d’Escuadra, vigilados por el ojo incansable de Nazgul, el helicóptero de Sauron (Fernández-Savater, 2012).

La banca es señalada así como símbolo de la maldad que en el filme representa el mundo “oscuro y tenebroso” de Mordor y su líder Saurón. La policía que vigila la protesta, los Mossos d’Esquadra catalanes, se personifica en la figura de los Orcos y su helicóptero de vigilancia en el ojo de Nazgul que todo lo ve. Frente a este enemigo, el movimiento se identifica con los hobbits, “hobbits de a pie, como tú y como yo”, los pequeños y débiles, pero a la vez honestos y valientes, héroes de la saga que combaten la maldad. En los carteles que convocan la protesta los anillos mágicos se convierten en cacerolas y todos los textos relacionados con la misma adoptan la tipografía y el estilo narrativo de la cartelería y el *merchandising* de los libros y películas. La simbología de esta protesta se intercala con repertorios de confrontación, como las acampadas y caceroladas, y con términos como “Occupy Mordor” que lanzan un guiño al movimiento anglosajón. Pero sobre todo el movimiento resignifica un producto masivo y comercial de la industria cultural y lo moviliza para sus propios fines. Como veremos más adelante, se trata además de un producto ligado a nuevas culturas juveniles, en este caso la cultura *friki*, con importantes nexos con la cultura de internet, muy presente en los nuevos movimientos.

Por último, veremos un ejemplo en el sentido contrario, es decir en el que la industria cultural se inspira en el movimiento 15M para la elaboración de sus productos. En este caso hablaremos de la película *El mundo es nuestro* (Sánchez, 2012), una de las obras que mejor refleja tanto la crisis española como la cultura de la generación protagonista del 15M y la cultura de internet en general. En primer lugar la película nace en la Red gracias al éxito obtenido por sus protagonistas con una serie de cortos y webseries como *Trilogía sevillana* (Sánchez, 2008) que se convirtieron en un auténtico fenómeno social en Internet, superando los 10 millones de visitas. Luego, para la producción de *El mundo es nuestro*, se recurrió a una campaña de *crowdfunding* llamada “Apadrina a un Tieso” con la que se recaudaron los 600.000 euros que costó la cinta. Además, en su distribución alcanzaron un acuerdo con las salas de cine para rebajar a 2€ el precio de la entrada un día a la semana. La producción y distribución del filme está por tanto arraigada en la cultura de internet, en la búsqueda de nuevos modelos de negocio frente a la industria tradicional e incluso en la reivindicaciones y demandas de movimientos como las luchas contra la ley Sinde y las críticas a la SGAE que, trasladadas luego al movimiento #nolesvotes, se encuentran entre los antecedentes más importantes del 15M.

Respecto al contenido, la película narra la historia de dos “canis”⁵ que atracan una sucursal bancaria pero se ven sorprendidos por la irrupción de un hombre que, cargado con explosivos, pretende hacerlos explotar si no acude la televisión. Refleja la crisis económica actual de forma similar a la película de Eloy de la Iglesia *La estanquera de Vallecas* (De la Iglesia, 1987) que también reflejaba la crisis de aquella

⁵ Etimológicamente proviene de la palabra “canijo” y es sinónimo de “poligonero”. Describe a un tipo de personaje urbano o una subcultura alternativa caracterizada de forma peyorativa por su comportamiento antisocial, con muy baja educación y cultura, con una elevada agresividad y con tendencia a cometer delitos o provocar enfrentamientos. Se caracteriza por su manera de vestir, casi siempre ataviado con pantalones de chándal, gorra y adornos de oro. Musicalmente sería aficionado a las músicas urbanas como el trap, aunque en Andalucía conviviría con el flamenco, una mezcla sintetizada actualmente por la música y estética de la cantante Rosalía. El concepto tiene paralelismo con la subcultura “chav” en el Reino Unido [Ver: [https://es.wikipedia.org/wiki/Chav_\(subcultura\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Chav_(subcultura))] como un tipo de lumpenproletariado cuya imagen pública estereotipada criticara O. Jones (2012) en “Chavs. La demonización de la clase obrera”.

época. Desde la primera escena del filme los protagonistas representan los sentimientos de una generación de jóvenes españoles. En una alocada conversación uno de ellos cuenta que les llaman la generación “ni-ni” que ni estudia ni trabaja, pero que deberían llamarlos la generación “pa qué”, “pa qué” estudiar ni “pa qué” trabajar si van a cobrar “una mierda”.

Cuando los protagonistas están atracando la sucursal irrumpe Fermín, el pequeño empresario de la construcción que debido a las facturas impagadas por la Administración se encuentra en la ruina y no puede tampoco hacer frente al pago de sus trabajadores, por lo que en una situación desesperada amenaza con hacerse explotar si no acude la televisión. Cercados por la policía, que no accede a su demanda, uno de los clientes del banco logra abrir un canal de comunicación para retransmitir en *streaming* con un teléfono móvil a través de Internet. El personaje es otro fiel reflejo de su generación. Se ve presionado por su novia a hipotecarse cuando en realidad no lo desea, es ingeniero en informática aunque trabaja de reponedor en Carrefour y utiliza sus conocimientos tecnológicos para retransmitir la historia de Fermín. Así, a través de Internet, logra superarse el veto de la televisión y hacer que el mensaje desesperado de Fermín y del resto de los encerrados que se solidarizan con él llegue al público, que acaba movilizándose frente a la sucursal y exigiendo a las autoridades que intervengan en favor del secuestrador, una clara metáfora del poder movilizador de la Red experimentado por los jóvenes en movimientos como el de la Vivienda o el 15M.

Entre los personajes se encuentra también un parado acuciado por las deudas y cuya única obsesión es llegar a tiempo para sellar el paro y cobrar la prestación que le permite sobrevivir. Vestido con mono de trabajo sobrevive trabajando en la economía sumergida y, a pesar de ser cuestionado por su fraude, es comprendido por los demás. Completan el plantel el director de la oficina y un empresario a los que el secuestro les sorprende con un maletín lleno de dinero que los liga a una trama de corrupción con las autoridades, como el delegado del gobierno que dirige afuera el operativo policial, reflejando la corrupción de la clase política española.

Con la sutileza propia de la mejor ficción, la película es una clara alusión a la crisis económica, la responsabilidad de la banca, la corrupción política o la censura mediática como enemigos señalados por movimientos como el 15M o la PAH. Pequeños empresarios arruinados, desempleados que sobreviven en la economía sumergida, jóvenes abocados a hipotecarse de por vida y sectores marginales como los jóvenes atracadores reflejan la identidad diversa y plural del movimiento, y por supuesto la complicidad y el apoyo del pueblo que se moviliza en solidaridad con los protagonistas. La movilización social de esa población, convocada gracias al uso de internet para romper el cerco de los medios tradicionales, resuelve finalmente este drama social. Encontramos así los tres componentes de los marcos de acción colectiva identificados por Gamson (1988): un marco de injusticia o de diagnóstico que definen el problema y sus causas e identifican a los responsables (el director del banco, el empresario y el delegado del gobierno envueltos en la trama de corrupción, la administración que arruina a Fermín con sus impagos); un marco de identidad que realza la pertenencia al grupo y el reconocimiento colectivo que permite al movimiento construir una autoconcepción de sí mismo como actor social diferenciado de sus adversarios (el pequeño empresario arruinado, la pareja de jóvenes a punto de hipotecarse, el obrero en paro, la reportera, el ama de casa, personajes marginales como los jóvenes atracadores, la población que se moviliza fuera de la entidad bancaria); y un marco de pronóstico o de acción, que

define la estrategia apropiada para solucionar el problema planteado, la capacidad de agencia o la conciencia del movimiento respecto a las perspectivas de éxito y eficacia de su acción para transformar esa realidad identificada como injusta (la movilización social convocada gracias al uso de las nuevas TIC).

Los ejemplos señalados muestran el uso de la cultura popular y tradicional (el flamenco) y de la cultura masiva y comercial (*El Señor de los Anillos*) por parte del movimiento, pero también la influencia del mismo en la producción cultural (*El mundo es nuestro*). En los tres casos se refleja también una cultura global en las movilizaciones contemporáneas ligada a internet; Las *flashmob* de las acciones y la viralidad de los vídeos de flo6x8, la cultura *friki* ligada a la saga de *El Señor de los Anillos* o el uso de internet como herramienta para la movilización en la película *El mundo es nuestro*, pero también para la promoción y distribución del filme. Postulamos que en torno a internet existe una cultura de movilización global que va más allá de ejemplos particulares en movimientos concretos como los señalados.

4. La cultura de internet y el surgimiento de una cultura digital global de movilización

El propio uso de la Red ilustra valores de participación, horizontalidad, comunidad o libertad de información coherentes con las ideas de los nuevos movimientos sociales. Como reconocen los propios activistas:

La tecnopolítica se fundamenta en los principios de la ética hacker y del movimiento por la cultura libre –basada en el libre acceso a la información, el derecho a compartir y la descentralización– aplicados a la acción colectiva. También se caracteriza por los principios de meritocracia positiva y colaboración, y la cultura OpenSource –de carácter abierto, recombinable, apropiable y que se pueda difundir libremente. Prácticas que constituyen parte de la esencia, metodología y procedimientos del 15M (Alcazan *et. al.*, 2012).

Las formas diferenciadas de uso entre los medios convencionales y nuevos medios digitales pueden identificarse con ideas, actitudes y valores propios de los movimientos. Frente al consumo pasivo de la televisión, Internet promueve una actitud más activa, lo que puede relacionarse con la actitud activa de los participantes y activistas en el seno de los movimientos sociales. La conciencia colectiva de los activistas marca fronteras identitarias entre un “ellos”; empresas y gobiernos jerárquicos que utilizan los medios de comunicación convencionales, y un “nosotros”; movimientos sociales horizontales y participativos que usan Internet. Las entrevistas realizadas a activistas de los nuevos movimientos manifiestan esta identificación con la Red. Como resume una de las personas entrevistadas, “Internet es democracia” (Francis Jurado, activista de DRY y el 15M)⁶. Otra activista explica que “el salto cualitativo del 15M ha sido el uso de internet y la asunción de los valores que le son

⁶ Entrevista realizada por el autor a Francis Jurado, activista de DRY y el 15M (Sevilla, 3 de junio de 2012).

propios de la Red. Y este cambio ya no tiene marcha atrás” (Simona Levy, activista de la VdeVivienda, 15M y X.net)⁷.

Por una parte, los nuevos movimientos, por sus preferencias organizativas, valores e intereses que son fruto de un contexto histórico, político, social y cultural, utilizan Internet y se apropian de una tecnología que se adapta a sus formas organizativas y sirve a sus fines y formas de acción. Y a la inversa, si Internet sirve de tal forma a los nuevos movimientos sociales, es debido al contexto social y cultural en el que se desarrolló influyó en su configuración; la Red adquirió estas características útiles a los nuevos movimientos porque fueron personas influenciadas por los movimientos las que la diseñaron para este fin.

En el ámbito ideológico y cultural, Gerbaudo (2018, p. 11) distingue en este sentido dos olas de movilización ligadas a dos orientaciones de la tecnopolítica: la del movimiento global caracterizada por un abordaje ciberautonomista enraizado en la contracultura de los 70 y 80, la cultura del DIY (*Do it yourself*) y la tradición de los medios alternativos, desde las radios piratas a los *fanzines*, que considera internet como un espacio de resistencia; Y la del movimiento de las plazas a partir de 2011, definida por un acercamiento ciberpopulista que considera internet como un espacio de movilización de masas y lucha contrahegemónica, donde se unen personas desde una subjetividad inclusiva y sincrética ligada más al ciudadanía abierto que a un activismo a veces excluyente. En sentido similar, Rovira distingue entre “redes activistas”, propias de la primera ola, y las “multitudes conectadas” que caracterizan la segunda etapa (2017, p. 13). Desde este punto de vista, el activismo digital no es solo un fenómeno técnico sino que “es una actividad que involucra la comunicación de ciertos mensajes, ideas, imágenes y por lo tanto está compuesto no solo de una dimensión tecnológica, sino también de una cultura” (Gerbaudo, 2018, p. 16).

En los nuevos movimientos tecnopolíticos abundan por tanto culturas e identidades basadas en una estrecha relación con la tecnología como el ciberpunk o la cultura hacker. Para Padilla “internet se impregnó con la contracultura hacker, una technoélite que se salió del guión y que no solo hizo la Red, sino que le grabó en su ADN los rasgos con los que hoy la hemos heredado” (2012, p. 41). Siguiendo a Himanen *et al* (2002), la cultura hacker plantea una ética, valores y códigos culturales alternativos a los dominantes no sólo en relación a la propia tecnología sino ampliables a los valores sociales, políticos económicos y culturales en general. La cultura hacker es un ejemplo de movimiento cultural que crea códigos alternativos (Melucci, 1996) y en el que se hace evidente la influencia de Internet y las TIC en la configuración de nuevas identidades.

Además, la propia Red en sí misma es un entorno de experimentación de estilos de vida y formas de relación y producción alternativas, como nuevas formas de periodismo donde se cuestiona al papel de los mediadores tradicionales o el intercambio de contenidos *copyleft* que cuestiona las formas de propiedad intelectual y circulación del conocimiento. El movimiento del software libre es el caso más destacado en el que la Red se convierte en un entorno en el que llevar a la práctica formas de producción, en este caso de software, basadas en la cooperación como un valor alternativo frente a la competencia como valor dominante del sistema económico vigente. El uso del sistema operativo libre GNU/Linux puede convertirse en

⁷ Entrevista realizada por el autor a Simona Levy, activista de la VdeVivienda, 15M y X.net (Sevilla, 3 de junio de 2012).

un rasgo identitario y de autoafirmación personal y comunitaria de los valores del movimiento.

Por último Internet es además un medio para el mantenimiento de la memoria colectiva de los movimientos. Así la digitalización de los contenidos en Internet permite el almacenamiento de informaciones y experiencias comunes constituyendo un recurso para mantener y construir la memoria colectiva del movimiento y construir la identidad en base a ese pasado, es el archivo de los movimientos como ejemplifica el caso de 15Mpedia.

En resumen, la Red puede ser una herramienta para la construcción de identidades colectivas por parte de los movimientos en varios aspectos. Al ser un medio de comunicación juega un papel esencial en la difusión de marcos interpretativos y la construcción de símbolos, valores y códigos culturales. Internet permite una mayor interacción y comunicación entre los movimientos, lo que unido a otras circunstancias como la globalización y la conceptualización de un adversario común, crea un sentimiento de identidad colectiva y de pertenencia a una red de movimientos global que refuerza la solidaridad y la cooperación entre activistas. Permite prácticas alternativas, como formas de organización horizontales, que además de ser un instrumento para la movilización constituyen en sí mismo un mensaje performativo, un desafío simbólico a las prácticas dominantes. El propio medio encarna algunos de los valores propios de los nuevos movimientos sociales como la horizontalidad, la libertad, la participación, etc. Valores que los inventores y primeros usuarios volcaron en la Red influidos por los nuevos movimientos sociales de los 60 y 70 (Castells, 2005), y que ahora se ven reforzados por el uso de la misma. Constituye también un entorno en el que experimentar formas alternativas de comunicación, relación y producción, como el desarrollo de software libre. Formas que más allá del campo concreto de experimentación pueden suponer una alternativa a los modos generales de producción, cultura o sociedad. En la Red se desarrollan también culturas alternativas que se definen principalmente por su estrecha relación con la tecnología, como los hackers, y que muestran hasta qué punto Internet y las TIC pueden ser un factor definitorio de nuevas identidades, y se conserva y difunde la memoria colectiva de los movimientos. Pero además, la propia Red se convierte en un nuevo campo de conflicto, surgiendo movimientos en los que además de ser una herramienta o parte de la identidad de los activistas constituye la agenda de los mismos, un nuevo tema para la movilización, como ocurrió con el movimiento contra la ley Sinde que antecede al 15M. Como afirma Francisco Sierra, “las TIC son dispositivos de expresión de la acción colectiva que surgen como resultado de la innovación social, al tiempo que articulan para los movimientos sociales –desde el punto de vista de la mediación– nuevas condiciones de disputa de la hegemonía en la lucha por el código” (2017, p. 30).

En cuanto a los elementos simbólicos en los que se materializa esta nueva cultura de movilización global, podemos señalar ejemplos evidentes como el cómic de Moore y Lloyd (1982), *V de Vendetta*, quizás la obra con mayor impacto cultural, simbólico y estético en el imaginario de movilización social de esta generación. En primer lugar el cómic es un producto de consumo cultural que junto a los videojuegos resulta característico de esta generación. Su mensaje de rebeldía tiene claros referentes anarquistas, pero más como espíritu que como ideología militante, que concuerda con los valores de autonomía, libertad y rechazo a las jerarquías propio de los “nuevos movimientos globales” (Calle, 2005).

En la obra, el personaje anónimo de V se enfrenta al poder de un Estado que ejerce una censura cultural y un control y vigilancia, a través de “el ojo”, propia de distopías como *Un mundo feliz* o *1984*. El personaje utiliza la máscara de Guy Fawkes, un conspirador católico inglés perteneciente al movimiento de Restauracionismo Católico, el cual planeó la Conspiración de la Pólvora con el objetivo de derribar el Parlamento con explosivos. Librado de sus connotaciones religiosas, su intento frustrado de volar el Parlamento refleja el rechazo a la política institucional.

La influencia de esta obra y la posterior película (McTeigue, 2006) podemos rastrearla en movimientos sociales como el de la vivienda digna cuyas asambleas toman el nombre de “V de Vivienda” en alusión al título de la misma, pero sobre todo en la utilización de la máscara de Guy Fawkes como símbolo del colectivo hacktivista en general y de Anonymous en particular.

También la cultura ciberpunk será una de las matrices básicas en el imaginario de movilización social. La trilogía de las Hermanas Wachowski, *Matrix* (Wachowski y Wachowski, 1999, 2003a y 2003b) es un fiel reflejo de la cultura ciberpunk. Atrapados en una realidad virtual construida por las máquinas, los protagonistas deben resistirse a la simulación social para alcanzar la verdadera libertad. Morfeo define Matrix como “el mundo que te han puesto sobre los ojos para cegarte a la verdad”. Puede entenderse el mundo construido por Matrix como una crítica a la realidad construida por la televisión, el papel de los hackers es desentrañarla. En el mismo sentido las novelas de la trilogía *Millennium* de Stieg Larsson (Larsson, 2005, 2006 y 2007) reflejan el papel de los hackers, representados en la figura de Lisbeth Salander, por revelar la verdad oculta por el poder. Aliado con Mikael Blomkvist, un periodista clásico pero que trabaja en una pequeña revista haciendo verdadera investigación, desentrañarán la corrupción del poder.

Coincidiendo precisamente con el éxito de Millennium se producen las principales filtraciones de Wikileaks que hacen valer el dicho de que la realidad supera la ficción. Wikileaks y su cara visible, Julian Assange, concentra en cierta medida las características del periodista de investigación Mikael Blomkvist y la hacker Lisbeth Salander en Millennium para sacar a la luz los secretos oscuros del poder. Un poder que reaccionará de forma contundente con el bloqueo técnico y económico de Wikileaks, el arresto del soldado Bradley Manning responsable de una de las filtraciones y la más que sospechosa imputación de Assange por violación y su arresto en el Reino Unido.

Dadas las características del caso Wikileaks no es de extrañar que el colectivo Anonymous se volcara en su apoyo. Podemos trazar pues una relación entre Matrix, Millennium, Wikileaks y Anonymous, que también enlazaría con el mensaje y la estética de V de Vendetta, en la que destaca el mensaje de la libertad de información propio de la cultura hacker, el protagonismo de los hacktivistas y el papel de las TIC como instrumento de liberación.

Sin embargo, la nueva cultura e identidad activista se aleja de las identidades cerradas contestatarias de épocas anteriores, más ligadas a la cultura ciberpunk. Una transversalidad que engarza con la estrategia ciberpopulista descrita por Gerbaudo (2018, p. 11) y apuesta por una identidad y retórica abierta y ciudadanista. Los discursos y lenguajes cerrados propios de la cultura militante de otras épocas (la tecnopolítica ciber-autonomista señalada por el mismo autor) son rechazados por los activistas de los nuevos movimientos, como ejemplifica el caso de Ada Colau:

Si tú eso [un llamamiento a la movilización] lo haces con un lenguaje típicamente activista, al menos eso recuerdo en Barcelona, “la crisis que la paguen los ricos”, una estética y un lenguaje que suena a lo mismo de siempre –“anticapitalismo, anticapitalismo...”– y preparas una concentración, que es la típica, con el típico *speech* largísimo, con las banderitas y no se qué... Fue un fracaso, una iniciativa puramente activista que no logro salir del gueto. (Ada Colau, activista del movimiento por la vivienda, el 15M y la PAH y posteriormente alcaldesa de Barcelona)⁸.

“Hemos revolucionado la gramática política”, afirma otro de los activistas entrevistados, que describe al 15M como:

Un movimiento muy retórico, que usa muy bien el lenguaje, las imágenes, la música. Y también tiene un alto componente memético, que ha sido la clave de su viralidad. Al momento podías ver carteles que eran una réplica perfecta en Chile, en Alemania, en Grecia con las mismas frases: “no somos mercancía en manos de los banqueros”. Era un sentimiento que estaba en todos [...] Exactamente esa era la idea, que fuera apropiable por cualquiera sin que hiciera falta dar o pedir permiso. Cualquiera puede replicarlo (Francis Jurado, activista de DRY y el 15M)⁹.

Lo que caracteriza la cultura de movilización actual es su transversalidad y la mezcla propia de la cultura digital. De acuerdo con Feixa “los procesos de globalización cultural y mediatización (incluyendo la expansión del acceso a internet por parte de los jóvenes españoles) han consolidado la internacionalización de la cultura juvenil: la escena española comparte con la de otros lugares punteros la presencia de una gran heterogeneidad y diversidad de expresiones juveniles” (Feixa, 2004, p. 132).

De las bandas, tribus, estilos y subculturas de otras épocas, en particular las más politizadas en relación a su protagonismo en los movimientos sociales como los hippies de los 60 o los punks, se ha pasado a “el tiempo de las redes” (Feixa, 2004, 132-150). En los nuevos movimientos conviven culturas juveniles como los hippies, o se hibridan los okupas y punks en versiones mediadas por la tecnología. Así los hackers del 15M que crean su infraestructura comunicacional provienen del *hacklab* de un centro social okupado, el Patio Maravillas. Sus integrantes toman el pseudónimo colectivo Isaak Hacksimov, un juego de palabras entre la cultura hacker y el famoso divulgador científico y autor de ciencia ficción Isaac Asimov. Se enmarcan así en una encrucijada entre la cultura *friki* y su gusto por la ciencia ficción, la fantasía, los videojuegos, los cómics y la animación, la cultura hacker, ciberpunk y el hacktivismo en general, el movimiento okupa y la transversalidad ciudadanista del 15M.

Esta cultura de la red es por supuesto solo una parte de las culturas presentes en los movimientos sociales contemporáneos, pero por su protagonismo en el nuevo medio y su difusión internacional resulta relevante para caracterizar una cultura digital global de movilización muy presente en el último ciclo de protesta. Por supuesto la misma es también territorializada y conectada con culturas globales, como ejemplifica la imagen de un activista con atuendo zapatista y la máscara de Anonymous.

⁸ Entrevista realizada por el autor a Ada Colau, activista del movimiento por la vivienda, el 15M y la PAH y posteriormente alcaldesa de Barcelona. (Sevilla, 2009).

⁹ Entrevista realizada por el autor a Francis Jurado, activista de DRY y el 15M. (Sevilla, 3 de junio de 2012).

Al fin y al cabo, reflejan el mismo gusto por el anonimato (Anonymous), el “ocultar para mostrarse” como sujeto colectivo de los pasamontañas zapatistas.

Además, el contagio cultural entre los movimientos contemporáneos abarca otras manifestaciones más ligadas a la cultura propiamente política. Los jóvenes españoles del 15M denunciaran el bipartidismo del “PPSOE” mientras que los del #yosoy132 mexicano harán lo propio con el “PRIAN”, los “indignados” reclamarán “democracia real” (15M), los “enojados” mexicanos una “democracia auténtica” (132). Se difunden los repertorios de confrontación como la ocupación de la plaza Tahrir en El Cairo, Sol en Madrid, el parque Gezi en Turquía o Wall Street en el movimiento *Occupy*. Pero existe también una matriz cultural ligada directamente a lo digital y característica de los movimientos tecnopolíticos contemporáneos.

5. Conclusiones

La cultura y el arte son movilizados como herramienta política en un escenario complejo en el que se mezclan lo popular y lo mediático, lo comercial y lo político. “Los procesos de hibridación cultural y de reorganización del universo simbólico, producto de un mercado en imparable progresión globalizadora, ha generado, por necesidad, nuevos modos de asentamiento de las identidades culturales, fragmentando discursos grupales en la intersección entre lo masivo, lo culto y lo popular” (Sierra, 2018, p. 33). Movimientos como el 15M hacen uso de todos los recursos del stock cultural del que disponen para enmarcar sus demandas y propuestas. Particular importancia tienen las referencias a la cultura de la red que resulta ser una de las manifestaciones más extendidas en lo que podemos denominar una cultura digital global de la movilización. Siendo necesaria una mayor investigación, podemos apuntar a posibles causas o variables comunes que expliquen las similitudes culturales entre la gama de movimientos que han protagonizado el último ciclo de movilización (2011-2016).

La primera sería la crisis económico-financiera global de 2008. En España, sus consecuencias más importantes fueron el gran aumento del desempleo, que agudizó las ya de por sí elevadas tasas de paro juvenil, y la crisis hipotecaria que produjo una oleada de desahucios. El desequilibrio presupuestario se enfrentó además con una dura política de recortes sociales. En otros países como el entorno árabe, el derrumbe de los mercados financieros producirá una huida de inversiones hacia valores refugio como la alimentación, lo que devino en un espectacular aumento del precio de los alimentos y “protestas del pan” que, sin embargo, adquirieron un cariz más político ampliando sus reclamaciones a la libertad y derechos democráticos.

Más allá de la coyuntura de la crisis de 2008, “la globalización económica y política llevaría a una creciente pérdida de soberanía por parte de los estados nacionales, presionados para abrir sus mercados al libre comercio y llevar a cabo políticas de ajuste estructural” (Candón-Mena y Benítez-Eyzaguirre, 2014, p. 23). En el norte de África, los modelos de nacionalismo árabe o el movimiento de países no alineados resultarían cuestionados. En países democráticos como España, también se detecta la impotencia para mantener la protección social del Estado del Bienestar y una profunda crisis de los partidos socialdemócratas que alcanzarán en varios países sus suelos electorales. Sea en dictadura o en democracia, la población percibiría dificultades para influir en la política económica y decidir sobre su futuro dado el desplazamiento de la toma de decisiones hacia instancias supranacionales.

La actual era de la información, con la revolución tecnológica facilitará por otra parte la difusión de ideas, discursos y valores a escala internacional. No cabe duda que la difusión global de las protestas, tanto por los medios tradicionales como a través de las TIC, provocaría un efecto contagio, pero también de imitación de las formas de acción, discursos y marcos simbólicos entre movimientos. Rovira se pregunta en este sentido si “la globalización capitalista que igual que ha convertido al dinero en sistema de valor planetario también ha forjado una cultura global crítica en las urdimbres y costuras de las industrias culturales” (2017, p. 207). En el caso del mundo árabe, el surgimiento de Aljazeera traduce a la cultura local algunos de los valores e ideas de la cultura globalizada, introduciendo a su vez aportes locales. Además de la globalización mediática, en los países árabes como Marruecos influye la vuelta de miles de migrantes de Europa con el inicio de la crisis económica, retornados que han conocido las libertades y derechos en Europa y reclaman la modernización del país. En España “la diáspora de jóvenes que estudiaban o trabajaban en el extranjero sirvió para expandir las protestas, e incluso para coordinar movilizaciones europeas (19J) o mundiales (15O) promovidas desde el 15M” (Candón-Mena y Benítez-Eyzaguirre, 2014, p. 23). Mientras que la globalización económica y política producirá causas comunes de descontento, la globalización mediática en la era de la información facilitará que los movimientos de distintos países se miren entre sí, se inspiren unos a otros y puedan adoptar prácticas y discursos similares.

Incluida en la globalización de las comunicaciones estaría la difusión de las nuevas TIC y en concreto el uso activista de las mismas. Desde el movimiento altermundo (con precedentes como el neozapatismo) el uso activista de las TIC se asienta con nuevos casos en los que han sido determinantes para las protestas ciudadanas, consideración que se ve reforzada por las revueltas en Túnez o en Egipto. Además del aprendizaje de prácticas ciberactivistas, las TIC permitirán el contacto directo entre activistas de diversos países. No se trata ya de la inspiración e imitación que puede surgir de la difusión mediada de las protestas, sino de la colaboración directa entre movimientos, el diálogo y la coordinación. Al menos los activistas más involucrados mantendrán contacto y en ocasiones organizan encuentros presenciales o virtuales (como las asambleas globales a través de Mumble) para coordinar acciones concretas a nivel global, como la del 15 de octubre.

Finalmente, las nuevas tecnologías, además de promover el intercambio cultural entre activistas, están asociadas a valores como la apertura, la horizontalidad, la participación, la libertad de información, la colaboración, la compartición del conocimiento o la creatividad están profundamente arraigados (Castells, 2005; Himanen *et al.*, 2002; Lévy, 2007, Sádaba y Gordo, 2008). Valores que, más allá del medio digital, inspiran concepciones ideológicas y políticas.

6. Referencias

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta. (Edición original 1947).
- Adorno, T. (1967). Résumée über Kulturindustrie. En: Theodor W. Adorno, *Ohne Leitbild. Parva Aesthetica* (pp. 60-70). Frankfurt: Suhrkamp.

- Alcazan, ArnauMonty, Axebra; Quodlibetat, Levi, S., SuNotissima; TakeTheSquare y Toret (2012). *Tecnopolítica, internet y r-evoluciones*. Barcelona: Icaria.
- Barthes, R. (2000). *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI. (Edición original 1957).
- Barthes, R. (1964). Éléments de Sémiologie, en *Communications*, 64, 91-135.
- Calle, A. (2005). *Los nuevos movimientos globales*. Madrid: Popular.
- Candón-Mena, J. (2010). *Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid: Madrid.
- Candón-Mena, J. y Benítez-Eyzaguirre, L. (2014). La cultura digital global en los movimientos sociales contemporáneos. Los casos del 15M en España y el 20F en Marruecos, en *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 127, 14-25.
- Carretero, A. (5 de junio de 2013). Flo 6x8: vuelve la “artillería flamenca” contra la banca. eldiario.es. Recuperado de: https://www.eldiario.es/andalucia/Flo-guerrilla-flamenca-actua-nuevo_0_139986083.html
- Castells, M. (2005). *La era de la información. La sociedad red (Vol. 1)*. Madrid: Alianza.
- De la Iglesia, E. (director.) (1987). *La estanquera de Vallecas*. [cinta cinematográfica]. España: Ega.
- Eco, U. (1975). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen. (Edición original 1977).
- Eco, U. y Fabbri, p. (1978). Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale, en *Problemi dell'informazione* 4, 555-597.
- Eyerman, R. (1998). La praxis cultural de los movimientos sociales. En Tejerina, B. & Ibarra, p. (eds.) *Los movimientos sociales: Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta.
- Feixa, C. (2004). *Culturas juveniles en España (1960-2004)*. Madrid: Injuve.
- Fernández-Savater, A. (22 de mayo de 2012). Una semana en Mordor. *Público*. Recuperado de: <https://blogs.publico.es/fueradelugar/2478/una-semana-en-mordor>
- Fiske, S. T. (1993). Social Cognition and Social Perceptions. *Annual Review of Psychology*, 44 (1), 155–194.
- Freire, p. (2009). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI. (Edición original 1970).
- Freire, p. (1973). *¿Extensión o comunicación?* México: Siglo XXI.
- Gamson, W. (1988). Political Discourse and Collective Action. En Klandermans, B.; Kriesi, H. y Tarrow, S. (comp.), *International Social Movement Research: From Structure to Action*. Greenwich, Connecticut: JAI Press.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Gerbaudo, p. (2017). *The Mask and the Flag. Populism, Citizenism and Global Protest*. London: Hurst Publishers.
- Gerbaudo, p. (2018). Del ciber-autonomismo al ciber-populismo: una historia de la ideología del activismo digital. *En Defensa del Software Libre*. [Traducción

- de: From Cyber-Autonomism to Cyber-Populism: An Ideological Analysis of the Evolution of Digital Activism. *Triple-C*, 15 (2), 477-489.]
- Gerhards, J. y Dieter, R. (1992). Mesomobilization: Organizing and Framing in Two Protest Campaigns in West Germany. *American Journal of Sociology*, 98 (3), 555-596
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*. London: Harper and Row.
- Gramsci, A. (1985). *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires: Nueva Visión. (Edición original 1949).
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili. (Edición original 1962).
- Hall, S. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Himanen, p. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- Hirschman, A. (1991). *Retóricas de la intransigencia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Jackson, p. (director). (2001). *El Señor de los Anillos: la Comunidad del Anillo*. [cinta cinematográfica]. Nueva Zelanda: New Line Cinema.
- Jackson, p. (director). (2002). *El Señor de los Anillos: las dos torres*. [cinta cinematográfica]. Nueva Zelanda: New Line Cinema.
- Jackson, p. (director). (2003). *El Señor de los Anillos: el retorno del Rey*. [cinta cinematográfica]. Nueva Zelanda: New Line Cinema.
- Jensen, B. K. (1987). Qualitative Audience Research: Toward and integrative Approach to Reception. *Critical Studies in Mass Communication*, 4 (1), 21-36.
- Jones, O. (2012). *Chavs. La demonización de la clase obrera*. Madrid: Capitán Swing.
- Klandermans, B. (1988). The formation and mobilization of consensus. *International Social Movements Research. Supplement to Research in Social Movements, Conflicts, and Change*, 1, 173-196.
- Larsson, S. (2005). *Los hombres que no amaban a las mujeres*. Barcelona: Destino.
- Larsson, S. (2006). *La chica que soñaba con una cerilla y un bidón de gasolina*. Barcelona: Destino.
- Larsson, S. (2007). *La reina en el palacio de las corrientes de aire*. Barcelona: Destino.
- Lévi-Strauss, C. (1995). *Antropología estructural*. Barcelona: Paidós. (Edición original 1958).
- Lévy, p. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Rubí, Barcelona: Anthropos.
- Lull, J. (2001). *Culture in the Communication Age*. London: Routledge.
- Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream*. Madrid: Taurus.
- Martín Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Anthropos. (Edición original 1987).
- Mattelart, A. (1976). *La comunicación en el proceso de liberación*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2008). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McAdam, D.; McCarthy, J. D. y Zald, M. N. (eds.) (1999). *Movimientos sociales. Perspectivas comparadas*. Madrid: Istmo. (Edición original 1996).
- McTeigue, J. (director.) (2006). *V de vendetta*. [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Vertigo.
- Melucci, A. (1996). *Challenging Codes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Metz, C. (2001). *Ensayos sobre la significación en el cine*. Barcelona: Paidós. (Edición original 1973).
- Moore, A. y Lloyd, D. (1982). *V de vendetta*. Nueva York: Vertigo Comics.
- Mosca, L. (2006). MayDay parade. Movilizaciones juveniles contra la precariedad laboral. *Revista de Estudios de Juventud*. N.º. 75, 75-97.
- Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en internet*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Pasquali, A. (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Avila.
- Pasquali, A. (2007). *Comprender la comunicación*. Barcelona: Gedisa. (Edición original 1974).
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de internet*. Barcelona: Icaria.
- Standing, G. (2013). *El precariado. Una nueva clase social*. Barcelona: Pasado y presente.
- Standing, G. (2014). *Precariado. Una carta de derechos*. Madrid: Capitán Swing.
- Sádaba, I. y Gordo, Á. (coords.) (2008) *Cultura Digital y Movimientos Sociales*. Madrid: Catarata.
- Sánchez, A. (director). (2012). *El mundo es nuestro*. [cinta cinematográfica]. España: MundoFicción.
- Sánchez, A. (director). (2008). Una trilogía sevillana. [webserie]. España: MundoFicción.
- Saussure, F. (1998). *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza. (Edición original 1962).
- Sierra, F. (2017). Tecnopolítica y nuevo *sensorium*. Notas para una teoría de la cibercultura y la acción colectiva. En Sierra, F. y Gravante, T. (coords.) *Tecnopolítica en América Latina y el Caribe* (pp. 23-44). Quito-Salamanca: Ediciones CIESPAL y Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Sierra, F. y Gravante, T. (2017). NTIC y nuevas subjetividades emergentes en América Latina. En Sierra, F. y Gravante, T. (coords.) *Tecnopolítica en América Latina y el Caribe* (pp. 45-61). Quito-Salamanca: Ediciones CIESPAL y Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Sierra, F. (2018). Ciberdemocracia y ciudadanía digital. Consideraciones sobre la acción colectiva en red. En Sierra, F.; Leetoy, S. y Gravante, T. (coords.) *Ciudadanía digital & democracia participativa* (pp. 25-46). Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Snow, D. E. y Benford, R. (1988). Ideology, frame resonance and participant mobilization. En Klandermans, B.; Kriesi, H. y Tarrow, S. (eds.) *From structure to action: comparing social movement research across cultures* (pp. 197-217). Greenwich, Connecticut: JAI Press.

- Swidler, A. (1986). Culture in action: Symbols and strategies. *American Sociological Review*. N° 1 51 (2), 273-286.
- Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento*. Madrid: Alianza. (Edición original 1994).
- Neveu, E. (2006). *Sociología de los movimientos sociales*. Barcelona: Hacer.
- Wachowski, L. y Wachowski, L. (directores) (1999). *Matrix*. [cinta cinematográfica]. EE.UU. y Australia: Village Roadshow Pictures y Silver Pictures.
- Wachowski, L. y Wachowski, L. (directores) (2003a). *Matrix Reloaded*. [cinta cinematográfica]. EE.UU.: Village Roadshow Pictures y Silver Pictures.
- Wachowski, L. y Wachowski, L. (directores) (2003b). *Matrix Revolutions*. [cinta cinematográfica]. EE.UU. y Australia: Village Roadshow Pictures y Silver Pictures.
- Wolf, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.
- Wright, E. O. (2018). *Comprender las clases sociales*. Madrid: Akal.