

**Actas del III Congreso Internacional**

**MOVE.NET**

sobre **Movimientos Sociales y TIC**

**14 Y 15 DE NOVIEMBRE DE 2019 | FACULTAD DE COMUNICACIÓN | UNIVERSIDAD DE SEVILLA**

Jose Candón-Mena (ed.)

Sevilla, 2020

**Actas del III Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC**  
1ª Edición, Sevilla 2020

**Edita:** Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social de la Universidad de Sevilla (COMPOLÍTICAS)

**Editor:** José Candón Mena

**Director del Congreso:** José Candón Mena

**Coordinadores del Congreso:** José Candón Mena y David Montero Sánchez

**Comité Científico:**

*Red Tecnopolítica* [<http://www.tecnopoliticas.org>]

Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social de la Universidad de Sevilla (COMPOLÍTICAS); Centro de Estudos Sociais (CES) de la Universidad de Coimbra (Portugal); Dipartimento di Storia, Società e Studi sull'Uomo de la Universidad de Salento (Italia); Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL); y Núcleo de Multimídia e Internet (NMI) de la Universidad de Brasilia.

*Grupo de Trabajo "Tecnopolítica, cultura digital y ciudadanía" del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)* [[https://www.clacso.org/grupos\\_trabajo](https://www.clacso.org/grupos_trabajo)]

**Proyecto de I+D:** *Ciberactivismo, Ciudadanía Digital y Nuevos Movimientos Urbanos* (Cibermov) del Grupo COMPOLÍTICAS, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad [Ref: CSO2016-78386-P].

**ISBN:** 978-84-09-20916-3

**Cita normalizada:** CANDÓN-MENA, J. (ed.) (2020). *Actas del III Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC*, celebrado del 14 al 15 de noviembre de 2019. Sevilla: COMPOLÍTICAS.

**Web del Congreso:** <https://congreso-move.net/>

**Contacto:** [jcandon@us.es](mailto:jcandon@us.es)



Este obra está bajo una licencia de **Creative Commons**  
Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional  
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

## ÍNDICE

### **PRESENTACIÓN: ACTAS DEL III CONGRESO MOVE.NET**

Jose Candón-Mena (p. 6)

### **MÁQUINAS DE SUBJETIVAÇÃO, CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E ALGORITMOS: UMA APROXIMAÇÃO DESDE O CASO BRASILEIRO**

Eduardo B. C. Salles y Augusto Jobim Amaral (p. 9)

### **APUNTES TEÓRICOS SOBRE LA RECONFIGURACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE ACCIÓN POLÍTICA**

Sergio García Sánchez (p. 20)

### **EL ALGORITMO Y EL FUNCIONARIO: CIBERNÉTICA Y CONDUCTAS NORMATIVAS**

Jacobo Sucari (p. 34)

### **MULTITUDES HABITANTES: CONEXIÓN *ONLIFE* Y ACTIVISMO FEMINISTA CONTRA LAS VIOLENCIAS DE GÉNERO EN MÉXICO**

Jonhny Lara Delgado y Verónica Araiza Díaz (p. 46)

### **LA EMERGENCIA DE INICIATIVAS INFORMATIVAS DE MONITORIZACIÓN POLÍTICA EN EL ENTORNO 2.0: UNA APROXIMACIÓN AL CASO ESPAÑOL**

Laura Martínez-Tébar (p. 58)

### **CIUDADANÍA EN LA RED: PODER Y CONTRAPODER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Nereida Cea Esteruelas (p. 76)

### **EL PERIODISMO DE VIDEOJUEGOS DESDE UNA PERSPECTIVA FEMINISTA Y DE GÉNERO. LAS PERIODISTAS ESPECIALIZADAS ANTE EL ACOSO Y LA DISCRIMINACIÓN EN ESPAÑA DENTRO DE LAS REDES SOCIALES**

Laura Manzano-Zambruno y Guillermo Paredes-Otero (p. 84)

### **LA COMUNICACIÓN EMERGENTE: EL CASO DE LA CONSTRUCCIÓN DE REDES SOCIODIGITALES DEL MOVIMIENTO LGBTTTTIQA EN MÉXICO A PARTIR DEL HASHTAG**

Raul Anthony Olmedo Neri (p. 100)

### **HEGEMONÍA Y CONTRAHEGEMONÍA EN LA SOCIEDAD RED: EL USO DEL MEME CON FINES POLÍTICOS EN LOS PERIODOS ELECTORALES 2018-2019**

Santiago Martínez-Pais Maesso (p. 113)

**ESFERAS PÚBLICAS DIGITALES Y SU RELACIÓN CON LA OPINIÓN PÚBLICA.  
INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPANTE EN EL CASO DE #CARAVANAMIGRANTE**

Luis Josué Lugo Sánchez (p. 132)

**APROXIMACIÓN A LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS ALTERNATIVOS EN ESPAÑA**

Tamer Al Najjar Trujillo, Alex Iván Arévalo Salinas y Griselda Vilar Sastre (p. 145)

**ACTIVISMO LGTB EN REDES: TWITTER COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA MEMORIA  
PERDIDA DE UN COLECTIVO. EL CASO DE CRISTINA DOMENECH Y RAMÓN MARTÍNEZ**

Melania Morillo Bobi (p. 155)

**VÍDEO-ATIVISMO E RODAS CULTURAIS. (CONTRA)NARRATIVAS AUDIOVISUAIS E  
JUVENIS SOBRE A VIOLÊNCIA DE ESTADO**

Ana Lúcia Nunes De Sousa y Valentina Carranza Weihmüller (p. 170)

**TWITTER Y LA ARGUMENTACIÓN TECNO-COMUNICATIVA EN LA NUEVA OLA DE LA  
PRIMAVERA ÁRABE EN ARGELIA**

Nasma Irakrak (p. 187)

**E-DEMOCRACIA: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA LA  
SOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS AMBIENTALES**

399933Renata Fabiana Santos Silva (p. 200)

**DEMOCRACIA DIGITAL EN TAIWÁN**

Mar Llera (p. 213)

**INSIDE TAIWAN'S NEW DIGITAL DEMOCRACY**

Audrey Tang (p. 217)

**CIVIC HACKING: A RETROSPECT AND AN ANALYSIS OF COLLABORATIVE  
PARTICIPATION**

Po-yu Tseng (p. 223)

**CIVIC HACKING: A RETROSPECT AND AN ANALYSIS OF COLLABORATION PARTICIPATION  
IN GOV.TW**

Claire & Etblue (p. 228)



## PRESENTACIÓN: ACTAS DEL III CONGRESO MOVE.NET

El **III Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC** tuvo lugar el 14 y 15 de noviembre de 2020 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Con esta tercera edición se consolida un evento de referencia en los estudios sobre el ciberactivismo y la tecnopolítica.

En esta ocasión, la celebración de Move.net se coordinó con la del **XI Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura** (ULEPICC), que con el título “Ciberactivismo, libertad y Derechos Humanos. Retos de la democracia informativa” se celebró inmediatamente después de Move.net, el 18, 19 y 20 de noviembre de 2019. La fructífera colaboración entre Move.net y ULEPICC permitió volver a situar a Sevilla como un punto de encuentro internacional entre activistas y académicos interesados en el uso político de las nuevas tecnologías con fines transformadores.

Move.net surgió como una iniciativa del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS).

La **primera edición** se celebró en febrero 2015 en la Universidad Pablo de Olavide y ya contó con la presencia de destacados académicos y activistas de la tecnopolítica como Margarita Padilla, David Bravo, Juan Moreno Yagüe, Patricia Horrillo, Marta G. Franco, Manje, Alex Haché, Francisco Jurado o representantes de Nodo50, AgoraVoting, OpenKratio, Zemos98, Enreda, Ganemos Madrid o la Coordinadora de Informática de la CGT. Desde la academia destacó la presencia del director de la CIESPAL, Francisco Sierra, el catedrático de la Universidad Rey Juan Carlos Víctor Sampedro o el profesor de la Universidad de Córdoba y experto en movimientos sociales Ángel Calle.

En octubre de 2017 celebramos la **segunda edición** del congreso que fue inaugurado por videoconferencia por el portavoz de Wikileaks Julian Assange, quién hoy tristemente sufre una tortura inhumana por atreverse a denunciar las graves violaciones a los derechos humanos por parte del ejército estadounidense, cuyos responsables paradójicamente no han sido nunca juzgados ni siquiera cuestionados por sus crímenes. Destacó además la presencia del líder del Movimiento de los Girasoles de Taiwan Lin Fei-Fan, el portavoz de Facua Rubén Sánchez, los abogados especialistas en derechos digitales Javier de la Cueva y Carlos Sánchez Almeida, los periodistas Gumersindo Lafuente (eldiario.es), Lucía Benítez (RTVA) y Marcos Crespo, Paco Aguaza y Noelia Ruiz (El Salto), el productor de cine David González, la presidenta de la Red de Medios Comunitarios (ReMC) María Navarro o Ana Martínez, como representante de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP). Participaron también destacados activistas de la tecnopolítica como el cineasta Stéphane M. Grueso, el editor Amador Fernández-Savater, Emma Avilés (Xnet) o Pablo Martín (Enreda) y académicos de prestigio como Joan Subirats (Universidad Autónoma de Barcelona), Stefania Milan (University of Amsterdam), Tina Askanius (Malmö University-Suecia), Stefano Cristante (Università del Salento-Italia), Francisco Javier Moreno (Carlos III de Madrid), Heidi J. Figueroa (Universidad de Puerto Rico), Rafael Rodríguez, Fernando Martínez y Francisco Jurado (UPO) o Francisco Sierra, José Candón, David Montero y M<sup>a</sup> del Mar Llera (Universidad de Sevilla).

En esta **tercera edición**, coordinada por Jose Candón y David Montero, Move.net volvió a contar con la presencia de destacados académicos internacionales como Arantxa Tirado (Universidad Autónoma de Barcelona), Silvina Romano (Universidad de Buenos Aires), Florencio Cabello e Isabel Ruiz (Universidad de Málaga), Pablo de Soto (Universidad Federal de Paraíba, Brasil), José Pérez de Lama (Universidad de Sevilla), Augusto Jobim (Pontificia Universidad Católica de Río Grande del Sur, Brasil) y Emiliano Treré (Universidad de Cardiff, Reino Unido), que impartió la conferencia de clausura.

Además se dedicó una sección del congreso a la democracia digital en Taiwan, coordinada por la profesora Mar Llera, contando con la presencia de la actual ministra digital taiwanesa, Audrey Tang, y las activistas Claire Cheng (g0v.tw) y Po-yu Tseng (Doublethink lab).

Paralelamente a las sesiones plenarias del congreso tuvo lugar un Curso de Ciudadanía Digital impartido por Pedro Fernández de Castro, del Grupo Ciberdemocracia de la Universidad Rey Juan Carlos.

En cuanto a las comunicaciones, durante los dos días del congreso se presentaron en diferentes sesiones un total de 46 comunicaciones por parte de autores de procedentes de las universidades de Sevilla, Pablo de Olavide, Rey Juan Carlos, Málaga, Granada, Cádiz, Valladolid, la Universidad Nacional de Educación a Distancia, la Universidad Carlos III de Madrid, la Complutense de Madrid, la Universitat Pompeu Fabra, Universidad de Barcelona, la Autónoma de Barcelona, la Universitat Jaume I de Castellón, la Universidad de Mondragón, la Universidad de la Costa-Colombia, la Universidad Simón Bolívar de Colombia, la Universidade de Brasília, la Universidad Federal de Rio de Janeiro, la Pontificia Universidad Católica de Río Grande del Sur, la Universidad Católica de Temuco de Chile, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad Veracruzana de México, la Universidad de Buenos Aires o CIECODE.

Estas actas recogen una selección de las comunicaciones presentadas, así como algunas de las ponencias invitadas. La tercera edición de Move.net supone la consolidación de un Congreso que ya se ha convertido en una referencia en su campo. Con la publicación de su tercer libro de Actas culminamos un trabajo colectivo que creemos que ha dado importantes frutos tanto académicos como sociales y que retomaremos en próximas ediciones.

Agradeciendo la labor de todas las personas que han colaborado en la organización y el Comité Científico, así como a todos los autores y autoras que han participado y por supuesto a los ponentes invitados, presentamos este libro de Actas que cierra la tercera edición de Move.net y abre el camino para la cuarta edición que esperamos celebrar próximamente.

**Jose Candón-Mena**

Director de Move.net



# MÁQUINAS DE SUBJETIVAÇÃO, CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E ALGORITMOS: UMA APROXIMAÇÃO DESDE O CASO BRASILEIRO<sup>1</sup>

## SUBJECTIVATION MACHINES, SURVEILLANCE CAPITALISM AND ALGORITHMS: AN APPROACH FROM THE BRAZILIAN CASE<sup>2</sup>

**Salles, Eduardo B. C.**

PUCRS, Porto Alegre, Brasil  
eduardo@carvalhosalles.com.br

**Amaral, Augusto Jobim**

PUCRS, Porto Alegre, Brasil  
augusto.amaral@puccrs.br

**Resumo:** Sob o *big data* e os algoritmos escondem-se complexas tecnologias de poder que compõem a racionalidade neoliberal, e que almejam prever e condicionar o comportamento coletivo tanto para a manutenção da ordem quanto para a produção de receitas econômicas. O trabalho objetiva analisar o capitalismo de vigilância, a extração e categorização de emoções e traços psíquicos a partir dos dados, ações e padrões comportamentais para o exercício de poder, compreendendo como se produzem essas máquinas de subjetivação, e de que maneira os desejos podem ser manejados para determinados fins políticos. Por fim, o contexto brasileiro encontra-se numa posição de destaque para este estudo, principalmente após as últimas eleições presidenciais e as atuais estratégias utilizadas pelo governo Bolsonaro.

**Palavras-chave:** máquinas de subjetivação, capitalismo de vigilância, eleições, Bolsonaro, Brasil

*Abstract: Under big-data and algorithms lurk the complex technologies of power that make up neoliberal rationality, and which aim to predict and condition collective behavior for the maintenance of order and the production of economic revenues. The paper aims to analyze surveillance capitalism, the extraction and categorization of emotions and psychic traits from the data, actions and behavioral patterns for the exercise of power, understanding the functioning of these subjectivation machines, and how desires can be channeled or transformed for economic or political purposes, that is, how these strategies of power work, resonate, and produce. Finally, the Brazilian context is in a prominent position for this study, especially after the latest electoral dynamics in 2018 and the current practices of the Bolsonaro government.*

*Key words: subjectivation machines, surveillance capitalism, elections, Bolsonaro, Brazil*

1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

2 This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

## 1. Introdução

Tem sido difícil ler a condição brasileira. A torrente de acontecimentos que se acotovelam entre absurdos e perversidades, ditas e praticadas, pelo governo Bolsonaro quase não deixa fôlego para respirar. Nos primeiros quinze dias de maio de 2019, o desmatamento na Amazônia foi o maior da última década. O desmonte da política ambiental do país, levada a cabo pelo distópico Ministério do “Meio Ambiente”, só não foi maior devido às denúncias de organizações ambientalistas que repercutiram internacionalmente. O Google Trends, que categoriza os termos mais pesquisados no mundo, indica que no mês de agosto de 2019 a “Amazônia” atingiu o seu ápice histórico de interesse global (Trends, 2019). Enquanto isso, o governo brasileiro duvida de cientistas, questiona os dados de seus próprios órgãos e acusa as ONGs de propagarem mentiras (Grandelle, 2019).

Sem esquecer que o emblemático caso da morte de Marielle não deixará se assombrar o clã. Neste ano descobriu-se que familiares do policial suspeito de matar a parlamentar carioca Marielle Franco trabalhavam no gabinete do filho do presidente e possuíam relação de proximidade com a família Bolsonaro (Carta Capital, 2019). Além disso, os supostos assassinos saíram do mesmo condomínio onde mora o presidente, tendo um dos porteiros afirmado em depoimento que, ao entrar, o suspeito disse que ia à casa do “Seu Jair” (Guimarães et al., 2019).

Em 307 dias como presidente, Bolsonaro deu 456 declarações falsas ou distorcidas (Cunha et al., 2019). É praticamente uma metralhadora de impropérios (Demori, 2019). Além das mentiras propagadas quase que diariamente pelo chefe da nação, a suspeita de envolvimento no assassinato de Marielle Franco parece não abalar seus apoiadores, senão os tem feito se aglutinar mais ainda entorno da conspiração do *establishment* contra o “trabalho do Jair”. Não obstante, para além de lamentar as misérias da política brasileira, como foi possível a vitória de Bolsonaro?

Inicialmente, não é possível enxergar o caso brasileiro descompassado do contexto global, em que as tecnologias de previsão e modulação do comportamento tem ganhado preponderância nos cenários eleitorais. Inclusive para poder entender o quadro em outros contextos, é preciso aclarar o funcionamento dessa máquina de subjetivação neoliberal que funciona para moldar opiniões e comportamentos.

Bolsonaro é mais um efeito de estratégias muito bem delineadas em figuras como Steve Bannon. Não à toa tê-lo auxiliado na vitória eleitoral e que ainda mantenha considerável proximidade (Zaremba, 2018). Mais uma jogada no complexo tabuleiro geopolítico construído com as mesmas técnicas empregadas nas campanhas pelo Brexit e na eleição de Trump. O método conhecido mundialmente a partir do caso *Cambridge Analytica* consiste na expropriação de dados pessoais dos usuários e construção de perfis comportamentais por meio de contas nas redes sociais, os quais podem ser classificados para melhor persuadir ou sujeitar a inclinação política. Já há pistas concretas da utilização desse método na campanha eleitoral de Bolsonaro (Barrocal, 2018).

Com a derrota de Salvini na Itália e de Macri na Argentina, uma açodada análise poderia afirmar que o modelo se esgotou. Contudo, diante da plasticidade de suas formas, essa máquina de subjetivação pode ser reorientada e empregada em outros sentidos, bastando-lhe ajustar os fluxos de informações de entrada e de saída. Por isso, tais técnicas não se esgotam nas eleições, as quais são apenas uma expressão do fenômeno. Até porque Bolsonaro é expressão de algo que sempre circulou na sociedade brasileira, acostumada com uma necropolítica historicamente, porém agora desavergonhada e muito mais letal.

Ao nosso interesse, cabe ressaltar que as eleições brasileiras de 2018, talvez de modo inédito, foram marcadas pela forte influência da internet na formação da opinião do eleitor. Isso se deve ao crescimento de sua utilização como meio de comunicação, sobretudo como marketing político, o declínio do protagonismo da radiodifusão, da imprensa escrita e mesmo televisiva. Pode-se dizer que os brasileiros são aficionados pelas mídias sociais digitais. Com cerca de 209 milhões de habitantes e 147 milhões de eleitores, o país contabiliza cerca de 127 milhões de contas ativas no Facebook, quantidade inferior apenas à Índia, Estados Unidos e Indonésia. Por outro lado, o WhatsApp, que constitui meio de comunicação preferencial entre os brasileiros, possui mais de 130 milhões de usuários (Valente, 2019). Assim, com o auxílio enorme das operadoras de celular através da popularização de pacotes de dados e a “gratuidade” de acesso às principais plataformas sociais, nada surpreendente o impacto que este ambiente teve em parcela considerável dos eleitores.

A internet permitiu que novos atores participassem da política, diminuiu as barreiras à criação de conteúdo e dinamizou o papel da audiência. Sabe-se que, enquanto nas mídias tradicionais a informação era produzida e transmitida apenas em um sentido com papéis mais estáticos, nas novas mídias sociais qualquer um está habilitado a tornar-se produtor e transmissor de conteúdo, que é irradiado em todos os sentidos. O usuário

passa a interagir constantemente, com a possibilidade de compartilhar e alterar o conteúdo recebido, abrindo espaço para a relevância e a expansão das chamadas “fake news”.

Durante a campanha eleitoral brasileira de 2018, a difusão de mentiras disfarçadas de notícias se alastrou por meio do *WhatsApp* (Benites, 2018). Identificou-se a atuação concertada e orgânica de milhares de pessoas na produção e compartilhamento de material com a intenção de combater a “grande mídia tendenciosa”. A criptografia tornou-se aliada da disseminação das mensagens na maioria destes aplicativos.

Assim, a produção e difusão de informações migraram das mãos dos veículos jornalísticos tradicionais e tem passado ao controle dos produtores de conteúdo. A transformação dessas dinâmicas comunicacionais, de alguma maneira, no Brasil, pode ser um fator importante para explicar a chamada “polarização política” que tomou conta do debate após os desdobramentos das manifestações de 2013 (Gallego, 2018). Assim, o microdirecionamento de anúncios para nichos de audiência, a construção de redes de apoio e o disparo de mensagens em massa fazem parte de novas técnicas de marketing impensáveis em outra época no Brasil.

O aprofundamento disto em contexto brasileiro ficou claro quando, após as eleições, descobriu-se que empresários vinham comprando pacotes de disparo em massa de mensagens no *WhatsApp* contra os adversários de Bolsonaro. Apesar da prática constituir crime, centenas de milhões de mensagens foram disparadas sem que, até hoje, alguém tenha sido punido (Mello, 2018).

A utilização da internet como espaço privilegiado dos debates políticos também tem permitido que o uso de robôs e contas falsas causem impressões equivocadas sobre o ambiente político. Para tanto, os interessados podem simular a autenticidade e a espontaneidade humanas para amplificar a visibilidade ou popularidade de determinados temas ou matérias. Com o aumento da “relevância” da questão, os usuários são conduzidos à arena política com uma falsa impressão sobre a importância dos temas. São produzidas subjetividades a partir de agenciamentos suspeitos rumo à massificação e padronização de modos de experienciar o mundo.

## 2. Máquinas de subjetivação e capitalismo de vigilância

Conhecida é a perspectiva de D&G. Somos máquinas de máquinas, com seus acoplamentos e conexões. Somos todos bricolagens, fluxos que se atravessam. “O seio é uma máquina que produz leite, e a boca, uma máquina acoplada a ela. A boca do anorético hesita entre uma máquina de comer, uma máquina anal, uma máquina de falar, uma máquina de respirar”. Toda máquina está, inicialmente, em relação a um fluxo material contínuo que ela corta. Em suma, toda máquina é corte de fluxo em relação àquela que se conecta e, ao mesmo tempo, produção de fluxo frente àquela conectada a ela (Deleuze, Guattari, 2010).

Para Deleuze e Guattari tudo é produção, movimento. Os seres humanos também fazem parte desse fluxo de junção e separação de peças. Esse movimento contínuo se expande, se contrai, se arranja, se desarranja, sempre produzindo algo. Essa lógica também define o inconsciente, que não para de produzir e ser produzido. A subjetividade produz e é produzida incessantemente por meio de agenciamentos, encontros e fluxos coletivos de enunciação. Os processos de subjetivação surgem pelo atravessamento, torção, corte e ligação entre diversas linhas. Não há um sujeito pronto, acabado, nem mesmo um interior, mas fluxos que se cruzam por todos os lados, e cujo corte, acoplamento e associação resultam em uma subjetividade sempre em transformação.

Assim, quando nos referimos a máquinas de subjetivação, nos referimos a um sistema que corta, interrompe e separa fluxos com o objetivo de produzir uma subjetividade padronizada, controlada. Uma máquina que produz subjetividade.

Os algoritmos que hoje pretendem governar corações e mentes, fazendo-nos sentir a necessidade de estarmos sempre conectados, atualizados, por meio de dispositivos digitais não podem ser compreendidos fora da racionalidade neoliberal. São mobilizados por um modo de produzir subjetividades, agenciar empresário de si em um contexto de concorrência generalizada, em que nossa ágora é construída por informações geridas por suas plataformas.

Máquinas de subjetivação com seus agenciamentos multiplicados e materializados dia a dia. Modos de andar, vestir, falar e amar que circulam de maneira hegemônica. Séries que disparam em diversas direções e conduzem estratégias prontas a controlar as possibilidades de desvios singulares.

A premência da lógica conectiva privilegia um tipo de fluxo aditivo, serializado que os mais diversos âmbitos do neoliberalismo sabe muito bem manejar. São práticas exercidas de modo relativamente disperso em um cenário multifacetado de naturalização e distribuição da atenção. Sob o *big data* escondem-se complexas tecnologias de poder que compõem a racionalidade neoliberal, e que almejam prever e

condicionar o comportamento coletivo tanto para a manutenção da ordem quanto para a produção de receitas políticas.

Há, portanto, uma transformação em nossos regimes de visibilidade. Ver e ser visto mudaram de significado. As intensidades, ritmos e sentidos da produção e circulação da informação dão outro significado a essa noção. As práticas de exposição na internet, via inovações tecnológicas constantes, produzem novas topologias entre público e privado, intimidade e sociabilidade, interioridade e exterioridade. A profusão de plataformas digitais de compartilhamento e o papel das redes sociais em nossa sociedade não podem ser estudados desgarrados desses contextos e condições.

É fácil reconhecer a importância da reflexão tecnologia para a sociedade. Já não vivemos desplugados destes dispositivos ou impactados por eles. Estamos permanentemente conectados, gerando e compartilhando dados e informações por meio de aplicativos e serviços “gratuitos”, confiantes de que o fluxo de informações que circula no ciberespaço constitui uma mão de via dupla, que o domínio permanece sob nossas mãos. Sob o fluxo de comunicações digital há um imenso sistema de rastreamento e categorização de dados que serve muito além das estratégias de publicidade.

Não há ato de comunicação neste cenário neutro ou desinteressado. A plataforma que te oferece gratuitamente acesso a seus aplicativos para além de vender seus produtos, em realidade, além de convencerte a comprar, pode facilmente vender as informações que cada um gerou. No caso objetivo de serviços como *Gmail*, *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, a suposta gratuidade é a estratégia para o real interesse corporativo: a extração e classificação de dados pessoais para comercializá-los para os mais diversos fins, desde a publicidade até o controle. O comportamento cotidiano na internet está baseado na coleta, registro e classificação de informações.

Como tais serviços estão inseridos dentro de um contexto de (re)produção neoliberal, eles possuem *táticas* específicas. Tratam-se de questões singulares. A *Google* coleta quantidades inimagináveis de informações acerca de todos os seus usuários para convertê-los em recursos, isto é, cada pessoa transforma-se em matéria prima de uma máquina algorítmica informe capaz de acumular e categorizar cada vez mais dados. A *Google* age dessa maneira porque o serviço de extração e categorização de dados tem altíssimo potencial lucrativo (Peirano, 2019). A intenção, portanto, não é melhorar nossas vidas, mas obter a maior quantidade possível de informações sobre os usuários para, em seguida, comercializar tais dados ou oferecer serviços projetados de acordo com as preferências particulares das pessoas.

Não se trata de narrativa apocalíptica ou distópica. Pode-se fazer uma simples experiência através de qualquer *smartphone*: instale um navegador *Tor* e tente acessar o *Google Search*. Como a conexão pelo *Tor* bloqueia os rastreadores, apaga *cookies* e evita que terceiros monitorem a sua conexão, torna-se mais difícil para que o Google extraia informações do usuário. Em consequência, *muitas vezes* o serviço não apresenta resultados da busca. A justificativa apresentada pelo Google é o “tráfego incomum” vindo da rede do usuário. “Incomum” porque na era da transparência e do extrativismo de dados, busca por privacidade é causa de suspeição.

Questões como estas não são novidades, mas são fundamentais para compreender o problema. A *Google* não apenas controla os três serviços eletrônicos mais utilizados do mundo (*Gmail*, *Android* e *Chrome*), mas a sua plataforma de buscas (*Search*) tornou-se uma espécie de *intermediário* entre os usuários da internet e a própria rede: a maior parte dos usuários deixou de acessar os sites pelo seu endereço para buscá-lo pela *Google*, que age como uma central telefônica redirecionando as buscas para os endereços correspondentes. Com a integração da barra de endereços dos navegadores com as ferramentas de busca, praticamente todos os acessos em páginas web acabam sendo redirecionados, incrementando seus bancos de dados e de metadados, que coletam e categorizam os comportamentos dos usuários. Por isso, o *Google Search* tornou-se o endereço da web mais acessado não apenas no Brasil, mas no mundo inteiro (Alexa, 2019).

No âmago desse tipo de tecnologia de poder está o *rastreamento*. Praticamente toda a ação humana tende a deixar rastros, marcas, pegadas, em graus diferentes de visibilidade, durabilidade, fragmentariedade ou identificabilidade. Contudo, para ser rastro é imprescindível haver *materialidade* suficiente para que o *rastro* seja identificado. Uma pegada na areia é um rastro com pouca durabilidade. Quando tratamos de *rastros digitais*, não se pode deixar de produzi-los. É possível que o vestígio seja menos ou mais explícito, mas ele sempre surge, graças ao caráter mnemônico, arquivístico, avesso ao esquecimento, das máquinas que compõem o ciberespaço. Qualquer ação na web - clicar, navegar, buscar, baixar - deixa rastro mais ou menos passível de ser capturado, identificado e recuperado. Apesar de nem todo rastro ser identificável, os rastros digitais são persistentes, facilmente recuperáveis e são multiformes, constituídos em vários níveis: um rastro

digital pode conter registros em vários níveis, inscritos em *cookies*, *beacons*, entre outros mecanismos rastreadores.

A série *What they know* lançada em 2010 pelo *Wall Street Journal* documenta novos usos da tecnologia de rastreamento e analisa o que significa o aumento da *vigilância* para os consumidores e a sociedade. A reportagem mostra a grande quantidade de rastreadores das navegações de usuários nos cinquenta sites mais populares da internet na época: o site *dictionary.com* possuía 234 tipos diferentes de rastreadores (Angwin, 2019). Mais recentemente, o *Yale Privacy Lab* publicou detalhes sobre sua pesquisa acerca de rastreadores embutidos em vários aplicativos da *Google Play Store*, como *Uber*, *Tinder* e *Spotify*. Os pesquisadores descobriram que os profissionais de marketing estão aumentando a *vigilância* utilizando-se de *Wi-Fi*, *Bluetooth* e, em alguns casos, de som ultrassônico inaudível para o ouvido humano, a fim de rastrear a localização geográfica dos usuários em tempo real (Yale Law School, 2017).

As práticas de *vigilância* não se dirigem apenas a populações e espaços supostamente perigosos ou suspeitos: qualquer lugar pode ser alvo privilegiado de monitoramento, para os mais distintos propósitos comerciais, publicitários, administrativo, securitário, afetivo. A proliferação de novos sistemas tecnológicos apenas agrava o quadro já constatado, tornando-o mais complexo. Para compreensão desse cenário, são necessários novos esforços conceituais e metodológicos.

Esse extrativismo de dados também faz uso da ansiedade humana para refinar suas técnicas de *vigilância*. A notificação *push* dos sites e aplicativos para celular exerce um papel importante como técnica persuasiva para transformar o que pensamos e fazemos. Construídos para criar hábitos e encantar as mentes, tais ferramentas vem ativadas por padrão para nos avisar de tudo, como quando chega um e-mail, mensagem, notícia, comentário, *likes*, convites de amizade, novos seguidores, aniversários dos amigos, ofertas de emprego, descontos de comida, e tudo que se possa imaginar. A nossa ansiedade é ativada e incrementada pela aparente *urgência* de fatos instantâneos, exigindo-nos atenção: somos impulsionados a tuitar primeiro, comentar primeiro, curtir primeiro. E a demora para visualizar ou responder uma mensagem no *WhatsApp* causa uma insuportável sensação de desconforto. Não se admite a desconexão ou a demora neste contexto de profunda ansiedade.

Essas notificações *push* nos alertam constantemente que outras coisas estão acontecendo naquele instante em diversas partes do mundo, aumentando a sensação de ansiedade e de incapacidade para processar tanta informação. Para manter-nos agregados às plataformas, essas notificações adotam ícones em tons vibrantes, coloridos, que prometem recompensas imediatas e afaçam a curiosidade, como uma nova solicitação de amizade, uma nova curtida ou uma nova mensagem. Não é difícil que essas recompensas sejam operadas por *bots*, que curtem e comentam *posts* e fotografias automaticamente. Com base no comportamento pretérito do usuário, é possível prever o momento perfeito para que as notificações sejam incrementadas para obter maiores taxas de interação.

Os *bots* são mais comuns do que parecem – e são essenciais ao funcionamento da internet como conhecemos. Eles organizam as informações em buscadores, respondem usuários e automatizam procedimentos. Aponta-se que 65,1% de todo o tráfego da internet é operacionalizado por *bots* (Incapsula, 2019). Contudo, eles também podem servir para seguir pessoas, interagir em debates, publicar conteúdos e alavancar debates públicos de modo artificial – distorcendo a percepção que temos do ambiente.

No caso brasileiro, um estudo preliminar sobre o perfil dos seguidores dos então pré-candidatos à presidência do Brasil no Twitter, realizado em 2018, demonstrou que “mais de 1 milhão de robôs seguem os pré-candidatos e em muitos casos seguem mais de um simultaneamente” e que “todos os candidatos possuem um percentual considerável de seus seguidores composto por contas automatizadas” (InternetLab, 2019a).

O problema dos *bots* é que eles têm capacidade de radicalizar o pensamento dos usuários e causar falsas percepções sobre a popularidade de uma pessoa ou tema. Com a automatização dos comentários, os conteúdos são gerados em escala massiva, incrementando a sensação de ansiedade e dificuldade de absorção da informação. A radicalização do discurso político pode ser verificada nos índices de denúncias de violência online. A ONG *Safernet* contabilizou em outubro de 2018 mais que o dobro de reclamações, com notável acréscimo em categorias como xenofobia, sobretudo contra nordestinos (2.369%); homofobia (350%) e racismo (218%) (InternetLab, 2019b).

Por outro lado, o *pull to refresh*, presente em alguns aplicativos como o *Facebook* e o *Tinder*, reproduz a técnica das máquinas caça-níquel para, servindo como gatilho, presentearmo-nos de tempos em tempos com prêmios. Afinal, os aplicativos poderiam mostrar novos conteúdos de maneira automática, sem ser necessário pressionar para atualizar. Muitos deles, inclusive, eram assim (Peirano, 2019). Contudo, ao exigir que o usuário puxe a “alavanca” para ver o que tem de novo na “linha do tempo”, os aplicativos causam no usuário

a sensação de que ele está no controle, que o dedo pode influir no resultado, e que o “prêmio” está logo ali, depois do próximo clique. Além disso, os metadados sobre o comportamento do usuário são extraídos de maneira mais objetiva, já que desse modo pode-se aferir a quantidade de cliques e quais conteúdos houve interação.

O *scroll infinito* também é outro truque interessante para manter o usuário em transe, sempre conectado. Nós, seres humanos, não nos comportamos bem frente à abundância de algo que nos alegra. Não queremos que cesse aquilo que nos deixa felizes (Peirano, 2019). O exemplo da comida é particularmente ilustrativo. Quanto maior o prato de comida, mais a pessoa come, independente da sensação de saciedade. As redes sociais têm adotado técnicas parecidas ao adotar a tela infinita, as quais sempre mostram notícias, mensagens ou fotografias novas, em um incessante *loop* de conteúdo apresentado sob medida. A barreira é a bateria do aparelho ou o cansaço do usuário – o que vier primeiro.

O sequestro da atenção operado por essas técnicas injetadas por uma dinâmica neoliberal nos submete a uma sensação de transe onde o tempo aparentemente entra em suspensão. Não há passado nem futuro, apenas o presente permanente e imediato. Instaura-se uma espécie de histeria informativa, *looping* que combina excitação imagética e notificações. Quando nos damos conta, perdemos várias horas em frente a tela do computador ou do celular. Somos atingidos por uma espécie de paralisia hipnótica, e quanto mais informações consumimos, mais vulneráveis e desorientados ficamos.

Por trás desses mecanismos estão os algoritmos, os quais são programados, modelados, instruídos com desígnios previamente delimitados. Podem ser conceituados como rotinas computacionais capazes de aprender padrões. Procedimentos computacionais criados por humanos, naturalmente, cujo valor indicado na entrada produz algum valor de saída. Portanto, podem os algoritmos *transformar* informação em mais informação ou *produzir* informação *sobre* a informação. Para que uma informação vire outra informação, basta que determinado fluxo de dados se transforme em outro. Enquanto escreve-se este trabalho, o editor de texto instalado no computador opera por meio desse tipo de algoritmo, que permite transformar os comandos do teclado em representação gráfica. Essa é a sua forma mais básica, que toma certas decisões a partir de uma ordem programada de códigos e instruções prévias.

Por outro lado, para gerar informação sobre a informação é necessário processá-la por meio de lógicas estatísticas, as quais abrangem teorias probabilísticas que explicam a frequência de determinados eventos para modelar a sua aleatoriedade e incerteza com objetivo de estimar e prever o futuro. Fazendo uso desse tipo de algoritmo é que o computador consegue identificar quantas vezes pressionou uma tecla, quais são os sites que mais acessou ou em quais lugares da cidade esteve – para, em seguida, modelar seu funcionamento de acordo com as preferências do usuário. Não são comandos livres de qualquer intencionalidade. Pelo contrário, objetivam perquirir a habitualidade, e os modos de agir anterioridades. É a mesma racionalidade que fundou a estatística como ciência voltada à formulação de políticas públicas e necessidades estatais. Contudo, as máquinas não explicam nada, é preciso analisar os agenciamentos coletivos dos quais elas fazem parte. E para isso, hoje em dia, é preciso compreender a racionalidade neoliberal.

Empreendido pelo neoliberalismo, esse *modus operandi* não é apenas voltado aos assuntos de Estado, objetiva também prever e modificar o comportamento individual *para transformá-lo em mercadoria*, à disposição de interesses estatais ou corporativos, políticos ou não. Para tanto, a *Big Tech* faz uso de técnicas de poder neoliberais que exploram a liberdade individual escamoteando a real intenção dessas tecnologias (Peirano, 2019). O usuário fornece “livremente” os seus dados pessoais na expectativa de receber gratuitamente serviços personalizados. Os serviços desse capitalismo digital *aparentemente* cumprem tal promessa ao se moldarem à cada usuário, contudo, ocultam a relação econômica que os mantém, isto é, a publicidade, condicionamento do comportamento humano e sobretudo produção de dados promovida pela apropriação e alienação de informações pessoais.

Essa técnica de poder pouco é afetada por regimes jurídicos, e não pode ser desativada simplesmente por regulação ou mais acesso a informações em termos e condições dos serviços. Ela explora justamente o *projeto* de liberdade que se abriga no âmago do ímpeto neoliberal. A limitação do Estado ambicionada pelos liberais clássicos converteu-se em uma nova forma de submissão, muito mais eficiente e indiscernível. A coerção agora incide *biopsicopoliticamente* como obrigação ao máximo desempenho, eficiência e sucesso. Esse sujeito do desempenho acredita ser livre, enquanto se explora *voluntariamente*, sem que ninguém lhe precise obrigar. O neoliberalismo cumpre com a promessa comunista de eliminar a exploração alheia da classe trabalhadora transformando cada operário em servo e senhor de si e fazendo do interior psíquico de cada pessoa o palco da luta de classes. Talvez por isto soframos tanto de patologias psíquicas como depressão, ansiedade e síndrome do esgotamento profissional: quem fracassa não culpa a sociedade ou o

sistema, mas responsabiliza a si próprio, envergonhando-se. Não há resistência possível porque a agressão, o inconformismo, dirige-se ao âmago de cada um (Han, 2014).

Shoshana Zuboff (2019) oferece um enfoque especial para analisar esta situação. Enxerga a novidade do atual estágio do capitalismo não especificamente na relação coercitiva que objetiva dominar, controlar e disciplinar os trabalhadores, perspectiva já contida na obra de Marx. Contudo, Zuboff ressalta a *vigilância* propriamente como a base de uma teoria abrangente do capitalismo, identificando a *vigilância* como chave do seu regime econômico.

Aponta que a digitalização generalizada tem permitido que as corporações de tecnologia da informação tenham um crescente e gigantesco poder. Partindo das armadilhas de rastreamento dos navegadores da internet aos celulares, relógios, geladeiras, aspiradores de pó, televisores, lâmpadas, entre outros itens ditos “inteligentes”, esse setor econômico constituiu um modelo de negócio baseado na extração de dados digitais. Criticar a extração de dados como uma mera violação à privacidade é, para Zuboff (2019), um erro analítico que demonstra a incapacidade de compreender o quadro geral. A escala do problema é muito maior, porque está em jogo uma verdadeira transformação do mundo. E, logicamente, os gigantes do setor não irão se arrepender e reorientar suas práticas para a proteção da privacidade. Há uma impossibilidade prática disso ocorrer que diz respeito à própria estrutura de funcionamento do atual regime econômico, escondida por truques retóricos e políticos sedutores.

O argumento central é que o capitalismo de *vigilância* constitui uma “nova espécie” de capitalismo, na qual os lucros surgem da *vigilância* unilateral do comportamento humano, isto é, o capitalismo foi transformado e agora constitui uma nova lógica de acumulação, cujo objetivo é monitorar a conduta dos indivíduos mediante a extração de dados e, assim, prever e modificar comportamento alheio, gerando receita e controle de mercado. Para Zuboff (2019), o uso de serviços digitais como *Google*, *Facebook* e *Instagram* transforma os usuários em matéria-prima. A experiência humana é traduzida em dados que alimentam produtos e serviços digitais, lastreados na previsão comportamental. Eles extraem os dados ao menor custo possível. A batalha pelo domínio do mercado dá-se junto à matéria-prima. Quanto maior for a quantidade de pessoas despejando rastros comportamentais no sistema, maior é a capacidade desse setor desenvolver novas ferramentas e maximizar os seus lucros.

A *Google* é a que melhor retrata esta fase do capitalismo, não se tratando de uma simples conquista tecnológica. Para operar a desapropriação de dados comportamentais é necessária uma combinação de estratégias cuidadosamente empregadas nos âmbitos da política, economia, administração, direito, comunicação etc. Isso, claro, não surge da noite para o dia. Primeiro é necessário a incursão, depois a habituação e, por fim, a adaptação. Além disso, os capitalistas da *vigilância* se preocupam em localizar novas fontes gratuitas de matéria prima, garantindo a perpetuidade do seu esquema. Tanto é que o primeiro princípio econômico do capitalismo de *vigilância* é o imperativo de extração. Por isso, empresas como a *Google* ou a *Microsoft* estão em diversos tipos de atividades que, a princípio, parecem não relacionadas. Em comum, todos os serviços têm a possibilidade de contribuir e colaborar para o aumento dos bancos de dados, seguindo na lógica extrativista de informação (Zuboff, 2019).

Outro ponto importante é que o produto almejado não são os “dados” propriamente, mas os “modelos de previsão”. Por isso, o dado bruto, não minerado, pouco tem a dizer sobre o sujeito, e tampouco possui alto valor comercial. É necessário organizá-lo e categorizá-lo de uma maneira capaz de indicar a previsão comportamental. É isso que essas empresas fazem muito bem. O escândalo da *Cambridge Analytica* é especialmente ilustrativo: os padrões comportamentais dos eleitores organizados através das plataformas retratam preferências e modos de comportamento para dirigir a propaganda a um setor específico, cujo voto, por exemplo, ainda não estava totalmente decidido. É um método extremamente rentável para justificar o seu emprego no dia-a-dia em larga escala.

Portanto, os problemas sociais decorrentes do capitalismo de vigilância vão muito além da violação à privacidade e não se tratam de meros truques de computador operados por técnicos neutros atrás das telas. São tecnologias muito bem orquestradas que objetivam sequestrar a atenção do usuário. Como elas podem ser direcionadas em diversos sentidos – incluindo para finalidades políticas eleitorais – temos assistido uma transformação no cenário político de modo inédito. O Brasil é um exemplo evidente de como tecnologias como estas podem operar nocivamente.

### 3. O caso brasileiro

A mediocridade como modelo político estabelecido no Brasil atual pode bem ser representada pela capacidade que tem o atual governo de corporificar o que há de pior em cada um de nós. Bolsonaro assumiu a boçalidade e a vulgaridade como estratégia política, ademais ostentando a ignorância de modo virtuoso. Sente-se autorizado a respaldar discursos de ódio e teorias conspiratórias com completa desfaçatez (Amaral, 2019). Nesse tom, já indagou em tom jocoso ao Ministro da Justiça se ele faria um “troca-troca” com o Ministro do Meio Ambiente; fez chacota com o tamanho do pênis de um turista de ascendência asiática e, ao falar sobre a imagem do Brasil no exterior, fez apologia ao turismo sexual dizendo “quem quiser vir aqui fazer sexo com uma mulher, fique à vontade” (Garcia, 2019). Seria cômico se não fosse trágico, e não estivéssemos com a maior floresta do mundo ao mesmo tempo queimando.

Apesar de Bolsonaro e Trump possuírem semelhanças no discurso aparentemente “antissistema” e coincidirem na capacidade de falar/escrever (twittar) sem freios, Bolsonaro difere de Trump por não pertencer à elite e, mesmo tendo sido Deputado Federal por três décadas, nunca ocupou papel de destaque entre seus pares. Sua vitória representa literalmente a consagração do “homem sem atributos” que jamais sonhou ascender a esta posição. O bolsonarismo, ademais, é mais heterogêneo que a “*Alt-Right*” norte-americana ou mesmo italiana. Para além do discurso antissistema, há aqui uma multiplicidade de frustrações e desesperanças, entrecruzadas por uma moral cristã conservadora de tom evangélico-empresário. Além disso, há um rechaço às reformas sociais que gerou uma certa perda de privilégios de classe e uma nostalgia de um tempo mais ordenado, com papéis sociais mais definidos, que remonta à época da ditadura militar, sobretudo na mente das gerações mais velhas (Amaral, 2019).

O Brasil parece mergulhado numa espécie de “boçalidade do mal”. Elaborado por Eliane Brum, esta ideia relaciona-se com a utilização das redes sociais e a possibilidade de conhecermos o “eu mais profundo”, a “verdade mais intrínseca” de cada brasileiro: com isso, “descobrimos o que cada um de fato pensa sem nenhuma mediação ou freio. E descobrimos que a barbárie íntima e cotidiana sempre esteve lá”. Muitos orgulham-se de seu ódio e da ignorância defendendo o extermínio de quem pensa diferente, em uma surpreendente reedição de movimentos extremistas do século passado (Brum, 2015).

Quando Brum escrevia sobre “boçalidade do mal”, em 2015, o ambiente propício para o fortalecimento de Bolsonaro já estava dado. Dali até 2018 se multiplicou e se materializou. Os bolsonaristas não apenas se acostumaram a fazer vista grossa frente às violências do cotidiano, mas grande parte da população brasileira também, por outro lado, preferiu acentuar apenas o caricato da situação e não levá-la a sério. Essa porção antes acuada viu-se encorajada, em alguma medida, pela ascensão de Bolsonaro como possibilidade política. “Excluídos das elites intelectuais, pressionados a ser ‘politicamente corretos’ porque outros saberiam mais do que eles, ridicularizados na sua macheza fora de época, assombrados por mulheres até mesmo dentro de casa, reagem. Como se sentem fracos, reagem com força desproporcional”. Isso quer dizer que esses eleitores não querem alguém melhor que eles na presidência, mas alguém que lhes pareça semelhante em suas piadas sem graça e frases de efeito. Bolsonaro lhes devolve o poder, a ordem do que é normal (Brum, 2019b).

Não esqueçamos que, em que pese tenha sido uma amálgama de sentimentos díspares que alimentaram a efervescência desse movimento, foi o ambiente das redes sociais aquele talvez mais propício para que as pessoas tivessem seus descontentamentos sequestrados através da rápida proliferação de *fake news*. Não foi à toa os apoiadores de Bolsonaro gritando “WhatsApp! WhatsApp! Facebook! Facebook!” durante a cerimônia de posse (Maia, 2019). Até hoje o presidente segue fiel às plataformas, fazendo pronunciamentos diários pelo *Facebook*, compartilhando “memes” agora institucionais e recusando-se a atender a imprensa tradicional. Contudo, a produção de notícias falsas não cessou com a sua eleição como já referimos ao início. Ele recentemente publicou nas redes sociais que a MWM, a Honda e a L’Oreal fechariam suas fábricas na Argentina e transfeririam suas operações para o Brasil devido a eleição de Fernández naquele país, candidato ligado à esquerda. Após as empresas divulgarem notas desmentindo o anúncio do presidente, a postagem foi apagada, e o porta-voz da Presidência veio a público dizer que o presidente “se equivocou” na postagem (Prazeres, 2019).

*O caso brasileiro é um exemplo riquíssimo para a análise da nova organização de poder, principalmente no que tange ao funcionamento dos algoritmos em redes sociais num ambiente de capitalismo de vigilância. Diante da fragilização do mínimo arcabouço de seguridade social remanescente nas instituições do Estado brasileiro e diante da perda da credibilidade do Legislativo e do Judiciário, Bolsonaro privilegia o contato direto com o seu eleitor por meio das redes sociais, comentando e respondendo mensagens em transmissões ao vivo. Os algoritmos que governam o ambiente digital forjam uma “democracia” – em que figuras como*

Mark Zuckerberg funcionam como gestores ocultos, estabelecendo e testando regras opacas – cujos efeitos são imediatos e sentidos por milhões de pessoas na fabricação de subjetividades.

Mantendo o discurso eloquente e intimidador contra seus opositores, Bolsonaro cria e administra novas e perpétuas crises, mediado digitalmente. A falta de compromisso com a verdade mostra como sua narrativa é construída sob medida. Nessa tarefa, é mais útil insinuar que o *Greenpeace* é o responsável pela poluição de óleo no mar brasileiro do que efetivamente investigar o ocorrido (Romano, 2019). Com uma narrativa deliberadamente construída em tons paranoides, aliado ao funcionamento de plataformas digitais que mantém também militarmente, modo de governo preso a bolhas informacionais que reproduzem dados incorretos e teorias conspiratórias, tem sido possível que o governo Bolsonaro mantenha-se no fronte das guerras híbridas.

A crise política no Chile, as queimadas na Amazônia ou a contaminação de nossas praias por óleo não entram na pauta, senão de modo conspiratório. Os assuntos estatais devem ser movidos na direção de angariar adesão, vertidos em curtidas nas redes sociais. Isso pouco tem a ver com alguma banalidade, mas com própria “boçalidade do mal”.

#### 4. Referências

- Alexa (2019). Top Sites in Brazil [website]. Recuperado de <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>.
- Amaral, A. J. (2019). A “mediocracia brasileira” e o Brasil que não hesita em resistir [website]. Recuperado de <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/586765-a-mediocracia-brasileira-e-o-brasil-que-nao-hesita-em-resistir>.
- Barrocal, A. (2019). As pistas do método 'Cambridge Analytica' na campanha de Bolsonaro [website]. Recuperado de <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/583889-as-pistas-do-metodo-cambridge-analytica-na-campanha-de-bolsonaro>.
- Benites, A. (2018). A máquina de ‘fake news’ nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp [website]. Recuperado de <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/583209-a-maquina-de-fake-news-nos-grupos-a-favor-de-bolsonaro-no-whatsapp>.
- Brum, E. (2019). O homem mediano assume o poder: O que significa transformar o ordinário em “mito” e dar a ele o Governo do país? [website]. Recuperado de [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311\\_448043.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311_448043.html).
- Brum, E. (2015). A boçalidade do mal [website]. Recuperado de [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/03/02/opinion/1425304702\\_871738.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/03/02/opinion/1425304702_871738.html)
- Carta Capital (2019). Os elos conhecidos da família Bolsonaro com acusados no caso Marielle [website]. Recuperado de <https://www.cartacapital.com.br/politica/os-elos-conhecidos-da-familia-bolsonaro-com-acusados-no-caso-marielle/>.
- Cunha, A. R. et al. (2019). Em 307 dias como presidente, Bolsonaro deu 456 declarações falsas ou distorcidas. Esta base agrega todas as declarações de Bolsonaro feitas a partir do dia de sua posse como presidente. As checagens são feitas pela equipe do Aos Fatos semanalmente [website]. Recuperado de <https://aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>.
- Demori, L. (2019). Ele nos distraiu e nos enganou de novo: o que o governo aprontou enquanto Bolsonaro mentia para proteger os filhos [website]. Recuperado de <https://theintercept.com/2019/07/20/governo-bolsonaro-mente-protoger-flavio-eduardo-filhos/>.
- Deleuze, G. & Gattari, F. (2010). *O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Ed. 34.
- Gallego, E. (org.) (2018). *O Ódio como Política: a reinvenção das direitas no Brasil*. São Paulo: Boitempo.
- Garcia, G. (2019). Treze frases de Bolsonaro de natureza sexual e machista [website]. Recuperado de <https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/treze-frases-de-bolsonaro-de-natureza-sexual-e-machista/>.
- Grandelle, R. (2019). Diretor demitido do Inpe diz que não conseguia falar com Ibama para alertar sobre desmatamento [website]. Recuperado de <https://oglobo.globo.com/sociedade/diretor-demitido-do-inpe-diz-que-nao-conseguia-falar-com-ibama-para-alertar-sobre-desmatamento-23852267>.
- Guimarães et al. (2019). Suspeito da morte de Marielle se reuniu com outro acusado no condomínio de Bolsonaro antes do crime; ao entrar, alegou que ia para a casa do presidente, segundo porteiro. [website]. Recuperado de <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/10/29/suspeito-da-morte-de-marielle-se-reuniu-com-outro-acusado-no-condominio-de-bolsonaro-antes-do-crime-ao-entrar-alegou-que-ia-para-a-casa-do-presidente-segundo-porteiro.ghtml>

- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica*. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Barcelona: Herder.
- Incapsula (2013). Report: Bot traffic is up to 61.5% of all website traffic. Recuperado de <https://www.incapsula.com/blog/bot-traffic-report-2013.html>.
- InternetLab (2019a). Bots ou não? Um estudo preliminar sobre o perfil dos seguidores dos pré-candidatos à Presidência da República no Twitter. Recuperado de <https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2018/07/Relat%C3%B3rio-Bots-ou-n%C3%A3o.pdf>.
- InternetLab (2019b). Lançamento: ‘Outras Vozes: Gênero, Raça, Classe e Sexualidade nas Eleições de 2018’ [website]. Recuperado de <https://www.internetlab.org.br/pt/desigualdades-e-identidades/lancamento-outras-vozes-genero-raca-classe-e-sexualidade-nas-eleicoes-de-2018/>.
- Maia, G. (2019). Para repórter da Globo, apoiadores de Bolsonaro gritam WhatsApp e Facebook [website]. Recuperado de <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/01/01/para-reporter-da-globo-apoiadores-de-bolsonaro-gritam-whatsapp-e-facebook.htm>.
- Mello, P. C. (2018). Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp [website]. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>.
- Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Barcelona: Debate.
- Prazeres, L. (2019). Bolsonaro pede desculpas após postagem sobre empresas que estariam deixando a Argentina [website]. Recuperado de <https://oglobo.globo.com/mundo/bolsonaro-pede-desculpas-apos-postagem-sobre-empresas-que-estariam-deixando-argentina-24066630>.
- Romano, G. (2019). Salles insinua que Greenpeace é responsável por óleo no Nordeste [website]. Recuperado de <https://veja.abril.com.br/politica/salles-insinua-que-greenpeace-e-responsavel-por-oleo-no-nordeste/>.
- Trends, G. (2019). Amazonia, termo de pesquisa [website]. Recuperado de <https://trends.google.com.br/trends/explore?q=amazonia>.
- Valente, J. (2019). Usuários de smartphone devem atualizar WhatsApp, orienta empresa [website]. Recuperado de <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/usuarios-de-smartphone-devem-atualizar-whatsapp-orienta-empresa><http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/usuarios-de-smartphone-devem-atualizar-whatsapp-orienta-empresa>.
- Yale Law School (2017). ISP Privacy Lab Publishes Research on Hidden Trackers [website]. Recuperado de <https://law.yale.edu/yls-today/news/isp-privacy-lab-publishes-research-hidden-trackers>.
- Zaremba, J. (2019). Cérebro por trás de ascensão de Trump, Bannon quer espalhar marca pelo Brasil e o mundo [website]. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/cerebro-por-tras-de-ascensao-de-trump-bannon-quer-espalhar-marca-pelo-brasil-e-o-mundo.shtml>.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York, NY: PublicAffairs.



# APUNTES TEÓRICOS SOBRE LA RECONFIGURACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE ACCIÓN POLÍTICA

## *THEORETICAL NOTES ON THE RECONFIGURATION OF PUBLIC SPACE AND THE EMERGENCY OF NEW FORMS OF POLITICAL ACTION*

**García Sánchez, Sergio**

Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM

sergiogarcia76@hotmail.com

**Resumen:** Estudiamos la reconfiguración del espacio público a partir del desarrollo tecnológico de Internet y sus implicaciones en la emergencia de nuevas formas de acción política. Planteamos la premisa de que el espacio público se ha construido históricamente a partir de diferentes soportes comunicativos que le han dado una estructura particular (la asamblea, la prensa escrita, la radio, la televisión, Internet); estos soportes de comunicación imponen determinadas modalidades de formación de comunidades y tienen un impacto en la forma en que se desarrolla la acción política. Proponemos la revisión teórica de los sentidos de lo público: lo común, lo visible, lo abierto (Nora rabotnikof); la extensión del espacio público: microsferas, mesoesferas, macroesferas, (John Keane); y estudiamos cuatro escenarios o modelos de espacio público, los que sustentan la idea de reconfiguración: el modelo clásico griego, el modelo burgués (Ilustración), el modelo mediático (desarrollo de los medios de comunicación masiva) y el modelo digital (desarrollo tecnológico de Internet).

**Palabras clave:** Espacio público, Espacio público digital, Internet, Movimientos sociales

*Abstract: We study the reconfiguration of public space from the technological development of the Internet and its implications in the emergence of new forms of political action. We raise the premise that public space has historically been constructed from different communicative supports that have given it a particular structure (the assembly, the written press, radio, television, Internet); These communication media impose certain forms of community formation and have an impact on the way in which political action takes place. We propose the theoretical revision of the senses of the public: the common, the visible, the open (Nora rabotnikof); the extension of public space: microspheres, mesospheres, macrospheres, (John Keane); and we study four scenarios or models of public space, which support the idea of reconfiguration: the classical Greek model, the bourgeois model (Illustration), the media model (development of mass media) and the digital model (technological development of Internet).*

*Key words: Public space, digital public space, Internet, social movements*

## 1. Introducción

El análisis de los movimientos sociales que se han desarrollado en la actualidad, segunda década del siglo XXI<sup>3</sup>, no puede realizarse sin tomar en cuenta la reconfiguración constante del espacio público. La emergencia del espacio público digital a partir del desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) ha producido transformaciones importantes en las formas de organización, protesta y difusión de las movilizaciones colectivas

Para entender estas acciones políticas, creemos que es importante analizar las transformaciones del espacio público. Abordando estas transformaciones en un sentido diferente al de Hanna Arendt y al de Habermas, ya que ellos hablan de declive y destrucción del espacio público. En este trabajo proponemos hablar de una *reconfiguración* constante del espacio público.

Es por eso que, en vez de cuestionarnos sobre su destrucción, sobre su crisis, las interrogantes las centramos en *¿cómo se ha transformado el espacio público a partir del desarrollo de Internet? ¿Qué tipo de espacio público se genera? ¿Qué formas de acción política permiten que circulen?*

Así, partimos de dos importantes hipótesis:

1. Que el espacio público se ha construido históricamente, a partir de diferentes soportes comunicativos que le han dado una estructura particular: la asamblea, la prensa escrita, la radio, la televisión, Internet, etcétera.
2. Que estos soportes de comunicación imponen determinadas modalidades de interacción, de acceso, de formación de comunidades particulares que dotan de cierta estructura a las prácticas políticas y sociales.

A partir de estas hipótesis, proponemos la revisión de 1) de los sentidos de lo público: lo común, lo visible, lo abierto (Rabotnikof), 2) la extensión del espacio público: microesferas, mesoesferas, macroesferas, (Keane) y 3) proponemos el estudio de cuatro escenarios o modelos de espacio público, los que sustentan la idea de reconfiguración: el modelo clásico griego, el modelo burgués (Ilustración), el modelo mediático (desarrollo de los medios de comunicación masiva) y el modelo digital (desarrollo tecnológico de Internet).

## 2. Los Sentidos de lo Público

El principal problema que se nos presenta cuando se habla de espacio público es, de entrada, la inaprehensibilidad de su definición. Esto se debe principalmente, a que el término *público* carga con diversos significados, su uso lingüístico demuestra la variedad de acepciones, en algunas ocasiones es utilizado como sustantivo (el público), otras como adjetivo (administración pública, documentos públicos, información pública, espacio público, etcétera).

Otro factor que se suma a la confusión, es que tanto lo público como lo privado se han modificado a través del tiempo, en una reconfiguración constante. Quizá es en el periodo de la Grecia clásica donde son evidentes sus límites y diferencias en la realidad social: el espacio público estaba destinado a los asuntos políticos comunes; mientras que lo privado estaba reservado a lo doméstico, a las actividades necesarias para poder vivir, sólo aquel que tenía resuelta la vida privada podía dedicarse a la vida pública.

Es desde esta tradición clásica griega, que lo público tiene una relación con lo común, con lo que atañe a todos los que conforman una comunidad; con el surgimiento del Estado, esta relación siguió vigente, al relacionar los asuntos públicos con los intereses estatales. Sin embargo, en el periodo de la Ilustración lo público funcionaba más como mediador entre el Estado y la sociedad, dando pauta, a una separación entre el Estado, la comunidad y el individuo.

Tanto la tradición clásica griega como la Ilustración, conciben al espacio público como el lugar donde se pueden dirimir los problemas que son comunes a todos de una forma libre, capaz de controlar y racionalizar el poder político del Estado. A esta idea de un espacio público racional, es que se apela constantemente, con cierta nostalgia y como única posibilidad de fortalecer los principios democráticos.

Cuando hablamos de espacio público, es importante recurrir a los tres sentidos básicos asociados a *lo público* que traza Nora Rabotnikof (2005):

- Lo común y general, en contraposición a lo individual y particular.
- Lo visible, manifiesto y ostensible, en contraposición a lo oculto y secreto.
- Lo abierto y accesible, en contraposición a lo cerrado y vedado.

3 Primavera Árabe: Túnez, Líbano, Mauritania, Sudán, Arabia Saudí, Yibuti, Somalia, Egipto, Siria. Europa: España 15M, Francia *Nuit Debout*. Estados Unidos *Occupy Wall Street*. Latinoamérica: el movimiento estudiantil en Chile en 2011 y #Yosoy132 en México.

Lo común y general alude a lo que es de utilidad o de interés común a todos, lo que atañe al colectivo, lo que concierne a la comunidad. Y ello, en oposición a lo privado, entendido como lo que refiere a la utilidad, el interés o el ámbito individual o particular. Público designa lo perteneciente o concerniente a todo un pueblo o comunidad política y por eso su referencia a la autoridad colectiva de ahí emanada.

El segundo criterio remite a la visibilidad en oposición al ocultamiento público, lo visible y lo manifiesto *versus* lo privado como lo secreto. Es decir, según este criterio, público es aquello que se despliega a la luz del día, mientras que privado es aquello que se sustrae a la mirada, a la comunicación y al examen.

Decimos que una cuestión ya es pública, en el sentido de que es conocida, sabida y ha sido expuesta a la luz pública. Dicha cuestión puede hacer referencia a la dimensión privada (en el primer sentido, es decir no ser de interés común ni general) de una persona o un grupo y, sin embargo, ser pública en el sentido de ser manifiesta, de aparecer.

Un personaje público no es necesariamente alguien cuyo espacio de decisión o de acción se vincule con el colectivo (en el primer sentido de público) y, sin embargo, su vida (un actor, un jugador de fútbol) transcurre, la mayoría de las veces, públicamente, porque está expuesto a la mirada de los demás. De manera inversa, y esto es importante, la autoridad pública, el poder público, la gestión de la cosa pública puede ejercerse de manera privada, ocultarse, desenvolverse en secreto.

El tercer criterio es el de la apertura o la clausura. Público, en esta línea, designaría lo que es accesible y abierto a todos, en oposición a lo privado, como aquello que se sustrae a la disposición de otros. Este último y tercer criterio público, es aquello que, al no ser objeto de apropiación particular, se encuentra abierto, distribuido. Los lugares públicos (calles, plazas) son así lugares abiertos a todos, mientras que el símbolo más ostensible de la privacía, entendida como apropiación, es precisamente la clausura.

Así, lo abierto refiere a lo accesible, aquello a lo que se puede ingresar, lo que está disponible. Por el contrario, lo privado es lo cerrado, lo clausurado, lo inaccesible. De esta forma se puede tener acceso a un lugar público, a una audiencia pública, a información y a espacios de discusión pública.

En la medida de su accesibilidad, el espacio público garantiza la *pluralidad*, tanto de personas y grupos como de temas y posiciones, y se entiende *irrestringido*, en tanto que no hay una limitación o prefiguración de los temas, problemas e inquietudes que serán materia de reflexión y debate.

### 3. Dimensiones del Espacio Público

En el ideal normativo, el espacio público es un lugar de razonamiento y discusión, que permite acotar los poderes del Estado o del gobierno, su contenido tiene que ser público, en el sentido de que atañe a lo común y colectivo; tiene que ser manifiesto y tiene que mostrar apertura.

En este ideal se tipifica un espacio público general, que está delimitado por un territorio, llámese Estado, nación, comunidad, etc. En este sentido, resulta interesante la aportación que realiza John Keane en su texto *Transformaciones estructurales de la esfera pública*, donde comenta que es importante pensar en una multiplicidad de espacios públicos de diferentes tamaños, que pueden conectarse a través de una especie de nodos de comunicación y que, muchas veces, no están delimitados espacialmente por el Estado. (Keane, 1997).

Para Keane el espacio público puede componerse de una relación espacial entre dos o más personas que discuten asuntos públicos, ya sea a partir de una comunicación directa, de persona a persona, o terciada por un medio de comunicación (televisión, radio, computadora, teléfono, etcétera). Así, establece una distinción de diferentes espacios públicos, a partir de sus alcances y tamaños, a estos espacios les llama *microesferas*, *mesoesferas* y *macroesferas*.

Entre las *microesferas* públicas podemos encontrar desde una simple charla entre amigos, círculos de discusión, hasta la iglesia, organizaciones vecinales, de barrio, estudiantiles. Son pequeños espacios que, por lo general, tienen una "...estructura horizontal y de pequeña escala, en los cuales los ciudadanos forjan su identidad y a menudo se enfrentan a los poderes con estructuras verticales". (Keane, 1997: 59).

El tipo de comunicación que se despliega en las *microesferas* es de persona a persona, totalmente dialógico, por tanto, permite mayor retroalimentación y una discusión directa sobre determinados temas.

Las *mesoesferas* públicas son para Keane "espacios de debate sobre el poder, integradas por millones de personas que observan, escuchan o leen, a lo ancho de un área de grandes dimensiones, cuya extensión puede ser la del Estado-nación o, bien, ampliarse más allá de sus fronteras". (Keane, 1997: 62).

Las *mesoesferas* son construidas a través de medios de comunicación (prensa, radio, televisión, etcétera) y por tanto, el mensaje es mediado y tiene un carácter unidireccional. A diferencia de las *microesferas*, donde existe una comunicación dialógica y horizontal, en las *mesoesferas* el mensaje se produce en determinada empresa–institución de comunicación y es dirigido masivamente a cierto público, anulando la capacidad de diálogo y respuesta del receptor, provocando una comunicación totalmente vertical.

En cuanto a las *macroesferas* públicas, éstas son posibles a partir del desarrollo de medios masivos de comunicación, que tienen una cobertura mundial y están conformados por *macropúblicos* de millones de personas.

Estas *macroesferas* se construyen a través de empresas de televisión, radio, cine, prensa, que operan con una difusión mundial; Keane no está pensando en las TICs, ya que para cuando apareció su texto, al final de la década de los 90, el desarrollo de Internet aún era incipiente. Sin embargo, se puede observar que, si bien las empresas de comunicación transnacionales aportan a la construcción de *macroesferas*, en la actualidad el desarrollo de Internet y de la telefonía móvil, colocan a estas tecnologías como partes fundamentales de estas esferas extendidas, que rompen con los espacios y los tiempos de los Estados-nación.

Estas redes digitales son globales, por el hecho de que trascienden los límites territoriales e institucionales, a través de redes de ordenadores, comunicadas entre sí, de esta forma modifican las apreciaciones sobre la distancia y el tiempo. Si bien, el tiempo local sigue siendo importante, ya que agenda las actividades cotidianas de la vida, vivimos tiempos de simultaneidad y discontinuidad, asistimos a un tiempo policrónico, donde realizamos varias actividades dentro del mismo periodo de tiempo.

También la *macroesfera* pública, centrada en las posibilidades comunicacionales de Internet, genera específicas formas de comunicación, si bien el mensaje está mediado por una tecnología, al igual que en las *mesoesferas*, la *World Wide Web* y las comunicaciones inalámbricas no funcionan como los medios de comunicación tradicionales. Más bien son medios de comunicación interactiva y desarrollan una forma de comunicación dialógica, en la que puede haber retroalimentación inmediata.

En este sentido, este tipo de comunicación interactiva está más cerca de la comunicación que se produce en las *microesferas* públicas, ya que desarrolla una comunicación horizontal, en la que no sólo se es sujeto de mensajes, sino también, se participa en la construcción y difusión de los mismos.

## 4. Modelos de Espacio Público

### 4.1. Espacio Público Griego

Los griegos distinguían tres ámbitos o esferas sociales: la del hogar (*oikos*), la de la política (*ecclesia*) y la de lo público (*ágora*), que servía de punto de conexión o comunicación entre las dos primeras. La esfera del hogar era el lugar adecuado para el cultivo de los intereses estrictamente privados, lugar donde comenzaba la formación de los individuos y en donde se recibían las primeras lecciones de educación cívica. La política venía a ser la esfera donde se tomaban las decisiones que afectaban a la ciudad y los intereses comunes, estas decisiones eran el resultado de un proceso de discusión en el que afloraban las distintas perspectivas, intereses y concepciones de los ciudadanos: éste era el ámbito propio de lo público.

Lo público suponía, la existencia previa de dos condiciones: el individuo libre y la libre discusión. Sólo así se entendían la existencia del pueblo (*demos*) y de la opinión (*doxa*). Era en el *ágora* donde discurría la vida de los ciudadanos, liberados de las cargas del hogar, el espacio en el que se alcanzaba la autonomía personal y donde se ejercía la ciudadanía.

En la esfera privada de la familia, era donde se cuidaban y garantizaban las necesidades de la vida, la supervivencia individual y la continuidad de la especie. Una de las características de lo privado, era que el hombre existía en esta esfera, no como verdadero ser humano, sino únicamente como espécimen del animal de la especie humana. Esta era precisamente la razón básica del tremendo desprecio sentido en la antigüedad por lo privado.

La responsabilidad política constituía una carga, tomada exclusivamente en beneficio del bienestar y la salvación de quienes se liberaban de la preocupación de los asuntos domésticos. Está claro que la vida pública sólo era posible después de haber cubierto las necesidades más urgentes de la vida privada.

La palabra privado cobra su original sentido privativo. Vivir una vida privada por completo significa por encima de todo estar privado de cosas esenciales a una verdadera vida humana: estar privado de la realidad que proviene de ser visto y oído por los demás, estar privado de una objetiva relación con los otros que

proviene de hallarse relacionado y separado de ellos a través del intermediario de un mundo común de cosas. El hombre privado no aparece y por lo tanto es como si no existiera. (Arendt, 2005: 78).

Para Arendt, público es aquello que aparece y puede ser visto y oído por otros. Lo público, como mundo de apariencias, es el mundo visible y ostensible, cuya realidad es aparecer frente y ante los demás, esta aparición se efectúa a través de la visión y el discurso. Lo público, como lugar de apariencias, permite así que las obras y las palabras sean mutuamente reconocidas y apreciadas, y que la pluralidad de la condición humana se manifieste.

En segundo lugar, el término público remite al mundo mismo, en cuanto es común a todos nosotros y diferenciado de nuestro lugar privadamente poseído. Este *estar en medio* del mundo en común, que conecta y separa, proporciona el contexto físico, el marco de referencia común y la continuidad temporal del espacio de apariencias. Proporciona el contexto físico, en el que se desenvuelven los asuntos humanos y constituyen un patrimonio colectivo.

Más que estar determinado por procedimientos, el espacio público es creado aquí por fenómenos, apariciones y acontecimientos; fenómenos que, a su vez, crean ese espacio público, el contexto escenográfico como el diálogo, ambos constitutivos de la visibilidad que dota de existencia al espacio público.

Así, en primera instancia, público y privado parecen remitir a dos ámbitos ontológicamente diferenciados, dos principios y dos sedes de actividad distintas: el espacio público a la acción y al discurso; el privado al trabajo y a la reproducción. Lo público es lo aparente y lo manifiesto, lo que es visto y oído por otros; lo privado es lo oscuro, que debe de ser ocultado, sustraído de la mirada de lo demás.

El rasgo distintivo de la esfera privada era que en ésta los hombres vivían juntos, llevados por sus necesidades y exigencias. La esfera de la *polis*, al contrario de ésta, era donde se vivía en libertad. La relación entre las dos esferas, era que, para pertenecer a la esfera pública, se tenía que tener resuelta la vida privada, ser pobre o enfermo significaba verse sometido a la necesidad física.

Así pues, la riqueza privada se convirtió en condición para ser admitido en la vida pública, debido a que aseguraba, con razonable seguridad, que su poseedor no tendría que dedicarse a buscar los medios de uso y consumo, y quedaba libre para la actividad pública.

En la *polis* griega parecen articularse los tres sentidos de lo público. Por un lado, el ámbito de lo común (primer sentido), de la participación activa de los ciudadanos en la construcción y defensa de la comunidad política se desarrolla en el ágora. La vida pública se desarrolla de forma manifiesta (segundo sentido) a la luz del día y en presencia de todos. Y, por último, es un espacio potencialmente abierto (tercer sentido) a todos los que son iguales ante la ley, o a los individuos que han solventado su vida privada.

El espacio público griego se desarrolla en estructuras horizontales y de pequeña escala, similares a las *microesferas*. La interacción política que permite este espacio público es totalmente directa, el lenguaje es el instrumento comunicativo y, por tanto, se construye una comunicación dialógica, de persona a persona, las cuales comparten un tiempo y un espacio determinado.

#### 4.2. Espacio Público Burgués

La sociedad burguesa surge en los siglos XVII y XVIII, impulsada por la consolidación del Estado y el desarrollo de la economía privada. El espacio público burgués emerge de la destrucción de las relaciones sociales, políticas y económicas que se desarrollaban en los feudos e instituye una instancia jurídico-política, que expande el espacio público a un espectro más amplio. Es decir, la publicidad burguesa define una nueva relación entre la sociedad política y la sociedad civil y se define como un espacio de construcción de ciudadanía y encuentro social.

La fragmentación de los poderes feudales dio paso a la creación del Estado como órgano de administración política y económica a través de órganos del poder público: parlamentos, gobiernos, ejército, etc. La construcción política de la comunidad se realiza a partir del interés particular de los individuos, el cual se despliega contra el secreto de Estado y vuelve *públicas* las leyes y medidas que afectan a la generalidad de los privados (Rabotnikof, 2005: 43).

Bajo esta premisa, el espacio público burgués designa un territorio de vida, donde al hacer públicos los anhelos de los privados, se construye una opinión pública que hace referencia a la opinión razonada, que se afirma como crítica de las decisiones estatales.

De manera general, todos los ciudadanos pueden tener acceso a este territorio, que se construye a partir de conversaciones entre individuos que se interesan por cosas comunes, es decir, públicas.

Este ejercicio de opinión fue construyendo una sociedad civil que se diferenció del Estado, la cual se desarrolló bajo la idea Habermasiana de que: "...la discusión pública fomenta la ilustración mutua entre público y autoridad. El público se ilustra a través de la exposición pública de la verdad y el gobernante se entera del estado de los asuntos públicos, lo cual contribuye a mejorar su capacidad de decisión y a evitar errores de juicio". (Habermas, 1981: 50).

Esta idea de ilustración mutua, a través de la exposición pública de los intereses privados, la recupera Habermas como un asunto fundamental que impone una lógica para el diálogo público, lo cual hace posible pensar en una democracia deliberativa, e implica la posibilidad de que los ciudadanos resuelvan sus diferencias a través del razonamiento público y que éstos reconozcan la legitimidad de sus instituciones, en tanto éstas establecen un horizonte para la deliberación pública. Entender de esta manera la democracia, supone que el conflicto social puede ser regulado en forma racional a través del debate y la argumentación pública.

La opinión pública se transforma en poder comunicativo a través de los procedimientos democráticos institucionalizados. Sin embargo, aclara Habermas, este poder comunicativo no tiene como objeto gobernar al poder administrativo, sino que sólo lo orienta en direcciones específicas.

Habermas explica esta relación a través de lo que llama el "asedio" (*belagerung*), esto es, la presión que ejerce la periferia sobre el centro, a través del poder comunicativo de la sociedad civil, que ofrece e impone temas, razones y argumentos que, en última instancia, serán los que racionalicen o legitimen la decisión administrativa.

Bajo este ideal, el modelo de publicidad burguesa descrito por Habermas, plantea un esquema normativo de argumentación que rechaza el secreto de Estado y apela a las capacidades y conocimientos de la ciudadanía sobre asuntos públicos, como condición y posibilidad de poder ejercer sus derechos de participación democrática.

El surgimiento de los modernos Estados-Nación, que relevaron las estructuras políticas del feudalismo, se dio a través de un conjunto de cambios: en el ámbito político, se desarrollaron importantes procesos que transformaron las instituciones medievales en Estados; en el plano económico, la transformación originó un nuevo sistema de producción e intercambio capitalista; en el terreno de la tecnología, se dieron avances importantes en los mecanismos de impresión, lo cual hizo posible el surgimiento de empresas periodísticas.

El desarrollo de la imprenta transformó las formas de información y comunicación a principios de la Europa moderna, surgió una variedad de publicaciones periódicas que informaban de acontecimientos y transmitían información de carácter político y comercial.

Las noticias comenzaron a ser tratadas como mercancías y la prensa se convirtió en un medio para la formación de lectores que, paulatinamente, iban desarrollando un interés mayor en los asuntos públicos.

Esta es la razón por la cual Habermas concede una especial importancia a la prensa periódica, con relación al surgimiento de la esfera pública burguesa. Thompson dirá que, aunado al surgimiento de la prensa, la aparición de diversos centros sociales, salones y cafeterías, son fundamentales en la creación de esta esfera, ya que, desde mediados del siglo XVII en adelante, se convertirán en lugares de discusión y encuentro, donde las élites educadas podrán comunicarse entre sí y discutir los asuntos públicos (Thompson, 1998).

En el fondo, el argumento de Habermas se sostiene bajo dos premisas: la primera, se basa en la idea de que la prensa periódica estimuló una discusión crítica sobre los asuntos públicos, la cual se desarrolló en espacios de discusión, como salones, cafés, etcétera, un lugar espacial que, de alguna forma, sustituyó al ágora griega. La segunda premisa, apunta al hecho de que esta discusión, estimulada por la prensa, tuvo un impacto transformador en la forma institucional de los estados modernos. "Al ser continuamente solicitado el consenso público, el parlamento se abrió cada vez más al escrutinio, abandonando finalmente su derecho a prevenir la publicación de sus sesiones". (Thompson, 1998: 102).

De este modo y siguiendo la argumentación de Habermas, la palabra escrita cumplió un papel decisivo en la estimulación del debate entre individuos particulares. Aquí es importante notar que Habermas hace especial hincapié, no en las características distintivas de la prensa como medio de comunicación y las nuevas formas de interacción que surgen a partir de ésta, sino en el modelo de comunicación dialógico, basado en la palabra hablada, que estructura el espacio público burgués. "Esta interpretación indicaría que la explicación de Habermas lleva la huella de la concepción griega clásica de la vida pública: los salones, clubes y cafeterías

de París y Londres eran el equivalente a las asambleas y las plazas de la Grecia antigua (Fernández, 2009: 92).”

En este sentido, el espacio público burgués, al igual que el espacio público griego, se podría pensar como un microespacio público, en el sentido que le da John Keane, basado en una comunicación cara a cara, dialógica, que crea una opinión pública que es capaz de racionalizar el poder estatal (Keane, 1997).

Resulta claro que Habermas observó este modelo como una idealización. Si bien, la esfera pública burguesa se fundaba en el principio del acceso universal, en la práctica, al igual que en el espacio público griego, estaba restringida a aquellos individuos que habían tenido los medios educativos y financieros para participar en ella.

Es decir, tanto el espacio público griego como el espacio público burgués, son espacios excluyentes. El tercer sentido de lo público, el del acceso, la apertura, y no se cumple a cabalidad.

#### 4.3. El Espacio Público Mediático

La recuperación de la democracia en el siglo XIX constituye el punto de inflexión, por medio del cual se pone en crisis el modelo burgués de publicidad. El advenimiento de la democracia como forma de gobierno ideal y el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación masiva son elementos que modifican el modelo burgués y que condicionan la configuración de un nuevo modelo de espacio público.

De manera progresiva, el Estado ya no se identifica más con lo común o lo general. La función de garantizar la legalidad, los derechos individuales, la articulación de los intereses comunes y la promoción de la integración social, se ponen en cuestionamiento y entran en crisis. Entonces, la mirada se posa sobre el restablecimiento de la llamada *sociedad civil*, que amalgama las esperanzas de un nuevo lugar para la política, un nuevo espacio de emergencia de lo común y lo general.

En la actualidad, dentro del contexto de las democracias contemporáneas, es indefectible la apelación de los tres sentidos (lo común, lo manifiesto, lo abierto) en la configuración del espacio público. En la idea misma de democracia, en su exigencia, parece consubstancial la idea del espacio público. La legitimación del poder democrático exige que los órganos de autoridad y los temas de interés público (comunes/generales) sean procesados de manera visible a todos (manifiesta/conocida) y que la participación de los interesados se garantice en su reflexión y discusión pública (abierta). De esta forma, la idea de espacio público funge como un complemento de la democracia.

Sin embargo, el espacio público contemporáneo que se ha construido a partir del ideal democrático y el avance tecnológico de los medios de comunicación masiva, ha ponderado el sentido de lo visible por encima de lo común y lo abierto. En palabras de Habermas, asistimos a una especie de refeudalización del espacio público.

Si recordamos, para Hannah Arendt (2005) la esfera pública era un espacio de aparición en el cual las cosas dichas y hechas podían ser vistas y oídas por otros y por uno mismo. Es decir, las personas se volvían visibles para los otros. Y el hecho de que fueran visibles para otros les otorgaba una especie de realidad que de otro modo no hubieran tenido, una realidad que consta en el hecho de que estos actos y pronunciamientos tenían como testigo a una pluralidad de otros.

Si bien Arendt ofrece esta observación, no la desarrolla en detalle, ni tampoco la conecta con las formas mediáticas de comunicación. Tomemos entonces la observación de Arendt como punto de partida para desarrollar lo que a nuestro juicio caracteriza al espacio público mediático: el sentido público de lo visible, a partir del acto de aparecer, lo cual caracteriza a la actual política mediática y su preocupación por cultivar la imagen, antes que estimular el debate crítico.

Con el desarrollo de los medios de comunicación masiva (MMC) —que comenzó con la imprenta, a principios de la modernidad europea y continuó con los medios electrónicos en los siglos XIX, XX y XXI— la visibilidad se libera de las propiedades espaciales y temporales del aquí y el ahora.

La visibilidad de los individuos, actos y eventos, es separada del escenario común compartido, es el fenómeno que Thompson llama visibilidad mediática (Thompson, 1998). Uno ya no tiene que estar presente en la misma situación espacio-temporal para ver a otro individuo o ser testigo de un acto o evento. El campo visual se extiende en el espacio y en el tiempo: uno puede ser testigo presencial de hechos que ocurren en lugares lejanos, mientras suceden en tiempo real; también se puede ser testigo de hechos ocurridos en el pasado con posibilidad de ser representados en el presente.

De este modo, el desarrollo de los MMC, da lugar a una nueva forma de visibilidad en el espacio público contemporáneo o, para ser más preciso, nuevas formas de visibilidad, cuyas propiedades específicas son

definidas por medios de comunicación determinados. Por tanto, lo que hoy consideramos como la esfera pública, está esencial e inevitablemente constituida por estas formas de visibilidad mediática.

Tal y como sucede en la imprenta, la televisión separa a la propiedad pública del hecho de compartir un lugar común y de la comunicación dialógica característica de la interacción cara a cara. Sin embargo, la televisión establece una nueva y distintiva relación entre propiedad pública y visibilidad.

Si bien, en el espacio público griego y burgués, el sentido de la apertura y la accesibilidad estaba restringido —recordemos que en el espacio griego sólo podían participar aquellos que tenían resuelta la vida privada, por tanto los esclavos estaban excluidos de participar; y el espacio burgués estaba compuesto por una élite educada, que podía discutir los asuntos públicos—, en el espacio público mediático la apertura prácticamente está cancelada, claro, a menos de ser propietario de algún medio de comunicación con posibilidad de influencia.

Antes de que se desarrollaran la imprenta y los otros medios de comunicación masiva, la visibilidad de los gobernantes dependía, en gran medida, de su aparición física ante los demás en un contexto de copresencia. La mayor parte de estas apariciones solía estar restringida a los círculos relativamente cerrados de la asamblea o la corte: la visibilidad requería de la copresencia y los gobernantes, generalmente, eran visibles sólo para aquellos con quienes interactuaban, rutinariamente, cara a cara en los escenarios de la vida diaria. Su audiencia estaba constituida básicamente por los miembros de las élites gobernantes o por individuos que participaban en la vida social de la corte.

En las condiciones sociales y políticas del siglo XXI, los políticos de las sociedades *demócratas* no tienen otra alternativa que la de someterse a la ley de la visibilidad, aunque este fenómeno no es nuevo, recordemos que en la obra de Maquiavelo se esboza con claridad la preocupación medular por la visibilidad y la representación del poder político. Al finiquitar la idea clásica de la identificación del gobernante con el rey virtuoso, íntegro, que no está tironeado por las pasiones, el florentino se ve obligado a valorar el uso político de la apariencia (Maquiavelo, 2011).

Esta exacerbación de la imagen política, se ha desarrollado con la consolidación de la democracia como forma de gobierno ideal, y de las elecciones como instrumentos para formar gobiernos. Podemos apreciar claramente un proceso en el que lo electoral ocupa una parte importante del espacio de lo político, dando lugar a que en muchos países los comicios sean, para la mayoría de los ciudadanos, la forma privilegiada de relacionarse con la política y la única forma de obtención del poder.

De esta forma, la condición primera para tener acceso al poder o permanecer ejerciéndolo, es la capacidad real de movilizar a los votantes hacia las urnas, mediante plataformas políticas, campañas y candidatos. Como nunca antes, quien aspira a ocupar cargos de representación popular, tiene que desarrollar estrategias para ganar la mayoría del electorado. He aquí la importancia de las campañas electorales en la política contemporánea, las campañas como instrumentos para producir votos.

#### 4.4 El Espacio Público Digital

Con el desarrollo tecnológico de Internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva, caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, diferente a la clásica comunicación, que surgió con el desarrollo de los medios masivos de comunicación, que se basa en el esquema de uno—a—muchos y origina una comunicación vertical, sin capacidad de diálogo.

La *Web 2.0* o *Web* interactiva, es una etapa del constante desarrollo de Internet, que tiene como característica esencial un fuerte acento en lo social. El término *Web 2.0* debe su origen a un intercambio de ideas entre los equipos de *O'Reilly Media* y *Media Live International*, a mediados de 2004. El texto central, que dota de sentido al nuevo término, lo publicó Tim O'Reilly en septiembre de 2005 y es, hasta hoy, la principal referencia bibliográfica del concepto. Se trata del artículo "*What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.*" (O'Reilly, 2005).

Este artículo dio sustento teórico a un fenómeno y a ideas que estaban tomando forma años atrás. El surgimiento de *Napster*, en 1999; el lanzamiento de las primeras aplicaciones para la publicación de *blogs* (ese mismo año aparece *Blogger* y, en 2001, aparece *Movable Type*, su principal competidor); y la creación de la *Wikipedia*, a comienzos de 2001, fueron paradigmas de esta transformación y generaron las bases de la escritura colaborativa y los otros principios de la *Web 2.0*.

En esta *Web*, la red digital deja de ser un simple escaparate de contenidos multimedia y se convierte en una plataforma abierta a la participación de los usuarios. Alrededor del concepto *Web 2.0* gira una serie de términos: *software* social, Inteligencia colectiva (Pierre Lévy, 1997), arquitectura de la participación,

contenidos generados por el usuario, *rich Internet applications*, etiquetas, sindicación de contenidos y redes sociales (Cobo, Pardo, 2007).

Siendo esquemáticos, las nuevas formas de comunicación se diferenciarían de las tradicionales comunicaciones de masas (radio, televisión, prensa) debido a que ocurrió una transformación tecnológica, que ha hecho posible la digitalización, esto ha permitido una hipertextualidad, una multimedialidad y ha fomentado la posibilidad de interactuar.

El término interactividad o interacción, se utiliza hoy con dos sentidos muy diferentes. Uno, como sinónimo de diálogo y conversación entre personas; y otro, como la relación que se establece entre los seres humanos y las máquinas, esto es, la relación que establece el usuario con la computadora.

La interactividad humano-máquina se realiza a través del *hardware* y del *software*, siendo importantes los programas, aplicaciones y la *interfaz* (cara visible de los programas), los cuales, a través de la simplicidad, tienden a favorecer la interacción entre la persona y la máquina, y de la persona A-máquina-persona B.

En cuanto a la interacción comunicativa entre personas, Alejandro Rost (2006) identifica tres modelos: la selectiva, que permite que el usuario interactúe con los contenidos; la comunicativa o participativa, que posibilita el diálogo entre individuos; y la productiva, en la que el lector puede aportar contenidos propios.

La característica fundamental de la *interactividad* en los entornos mediáticos digitales, es que da la posibilidad de que la comunicación sea de tipo *dialógica*. La *Web 2.0* permite desde el uno-a-muchos (por ejemplo, las listas de correos electrónicos), hasta el uno-a-uno del correo electrónico, pasando por el muchos-a-uno, un formato mixto que integra la comunicación de masas y la interpersonal, o el muchos-a-muchos de las comunidades virtuales o de los sistemas entre pares (P2P). Es decir, la *Web* es una forma de comunicación de masas y uno-a-uno.

Segundo, supera las limitaciones de la casi-interacción mediática, generada por los medios masivos de comunicación y crea una nueva forma de interacción, parecida a la interacción cara a cara, ya que permite comunicación dialógica digital, en donde hay retroalimentación de las partes que discuten o emiten información.

La premisa que trataremos de argumentar es que la posibilidad de la comunicación dialógica digital a partir del desarrollo de las TICs, permite nuevas formas de acción política y nuevas formas de intervención en el espacio público, que no pueden ser categorizadas como Movimientos Sociales (MS) o Nuevos Movimientos Sociales (NMS).

El espacio público digital que se construye con las nuevas tecnologías es, por un lado, multidimensional y multicapa (local y global, analógico y digital) y

[...] favorece la actividad discursiva de los movimientos sociales, puesto que permiten salir de la marginalidad de los fanzines, las radios libres, los carteles, que ponían a circular objetos culturales, pero de forma muy limitada, no sólo por el costo económico, sino por su dificultad para abarcar audiencias amplias. Internet es una plataforma que permite a los activistas salir del *gueto*, tanto directa como indirectamente, influenciando los medios masivos, y por tanto incidiendo en la transformación del sentido común de una sociedad. (Rovira, 2013: 106-107).

Ya los MS se contraponían a los NMS, en el sentido de que éstos no derivaban de la lucha de clases y no se definían a partir del movimiento obrero. La originalidad de los NMS se sustenta a partir de la crítica al marxismo, que reduce el conflicto social a los intereses de clase y a la base económica.

Tanto Touraine como Melucci (teóricos de los NMS) destacan que la acción colectiva puede surgir de estructuras distintas a las económicas y, por tanto, se decantan por asuntos culturales, étnicos, relaciones de género, problemas ecológicos, discriminación, derechos humanos, etcétera. En consecuencia, la de la identidad colectiva se construye sobre una base diferente a la de pertenencia de clase. (Melucci, 1999, Touraine, 1995).

Los NMS se ubican más cerca de la sociedad civil, que pugna por mejores condiciones de vida, pero sin buscar obtener el poder. A diferencia de los MS, los NMS construyen estrategias de acción política, al margen de los canales políticos tradicionales e institucionalizados. En cuanto a su organización, los NMS tienden a construir estructuras horizontales, casi antijerárquicas. Una característica importante es que, al no depender de estructuras de clase, la mayoría de las veces su identidad se construye en el movimiento. (Melucci, 1999).

A diferencia de los MS, que están orientados estratégicamente hacia la consecución de objetivos políticos, los NMS se caracterizan por ser movimientos identitarios, en el sentido de que la acción colectiva está

dirigida a expresar una identidad, como ejemplo podemos nombrar los movimientos feministas, de diversidad sexual, etcétera. De esta forma y siendo esquemáticos:

Según Melucci, los NMS no pueden ser explicados a partir de las construcciones teóricas de los MS tradicionales, ya que éstos se explican, de manera general, sobre la visión de la ideología y de los costos-beneficios. Para el teórico italiano, la interpretación ideológica es limitada y no alcanza a explicar los NMS, ya que estas acciones colectivas rebasan las estructuras económicas de clase y se centran en aspectos identitarios. En los NMS es más importante el sentido de pertenencia a un grupo (jóvenes, universitarios, etcétera), a un género, a una orientación sexual, etcétera, que las definiciones ideológicas, ya que en su interior convive una pluralidad de ideas y valores.

Si los NMS no se pueden explicar bajo la categoría de los MS, las acciones políticas que emergen en el espacio público digital, tampoco se pueden explicar bajo las premisas de los NMS. Si bien comparten ciertas características, el hecho de que estén atravesadas, soportadas y potencializadas por estructuras mediáticas interactivas, provoca que su ADN sea distinto.

Estas acciones políticas son formas organizativas en las que hay un flujo horizontal de la información y la decisión, construyen una estructura organizativa descentralizada y casi antijerárquica (Arditi, 2012). Funcionan a través de redes sociodigitales que trascienden delimitaciones espaciales. Poseen enorme dinamismo, pueden formarse, alcanzar ciertos objetivos, causar repercusión e impacto, y expandirse por causa de un hecho político; de la misma forma, pueden deshacerse o desaparecer rápidamente, conforme la situación. La actividad política de estas acciones colectivas, desarrolla una política personalizada, despliegan una crítica a las formas de la democracia representativa. (Rovira, 2014).

Podemos advertir que estas Acciones Políticas Emergentes (APE) comparten ciertas similitudes y diferencias con los NMS. Entre las coincidencias, encontramos que no son acciones colectivas atravesadas por ideologías establecidas, son movimientos con identidades performativas, casi antijerárquicas, que buscan construir estructuras horizontales de participación. Sin embargo, las APE no se conforman con hacer visible una identidad, ni se limitan a cuestiones culturales, la mayoría de ellas, apelan a una transformación del sistema político o apuntan hacia la aplicación o modificación determinada.

Si bien, existen diferentes esfuerzos que han tratado de nombrar estas acciones políticas: ciberactivismo, cibermovimientos, *clickactivismo*, *wikirevoluciones*, políticas insurgentes, política viral, movimientos red, *flashmobs*, acciones colectivas digitales, movimientos conectivos, etc., esta pluralidad de términos ha imposibilitado lograr una reflexión integral, lo cual, hace necesario realizar algunas distinciones para poder nombrar una definición concreta.

Habrá que partir de una distinción, existen acciones políticas que se realizan en el espacio *on line* y *on-line-off line*. En el espacio *on-line* podemos mencionar el ciberactivismo o *clickactivismo*, el cual se centra en dar a conocer demandas, preferencias o descontentos en línea; es una especie de lucha virtual que aprovecha la velocidad con la que se puede difundir la información en Internet, ya sea a través de computadoras, *tablets* o telefonía móvil.

El ciberactivismo, permite que cualquier persona que tenga inquietudes y le interese opinar sobre política, lo pueda hacer, de esta forma, los políticos y los medios de comunicación masiva han dejado de tener el monopolio de la discusión sobre asuntos públicos

Por otro lado, durante los últimos años, se ha visto de manera ascendente, la participación política híbrida, que combina tanto el espacio virtual como el espacio físico, lo *on-line-off-line*. Movimientos como los de Egipto, el 15M español, el #Yosoy132 en México, sólo por mencionar algunos ejemplos, han tenido su punto de despegue en las redes sociales. Éstos se transforman en espacios de discusión y provocan una expectación política, muchas veces se transforman en noticia en los medios de comunicación tradicionales; y de las manifestaciones electrónicas se pasa a la calle, de esta forma, se supera el *clickactivismo*, los *twits* y *retwits* o simplemente el *me gusta*.

En el espacio público digital, las acciones colectivas se construyen a partir de prácticas híbridas, entre las posibilidades de conexión que brindan las redes sociales y el espacio urbano, creando comunidades instantáneas de prácticas políticas que se despliegan en estos dos entornos.

A este tipo de acciones políticas híbridas se le ha nombrado de diferentes formas, un primer esfuerzo por definir las y explicarlas lo realizó Howard Rheingold en *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. En este trabajo, Rheingold habla de *smarts mobs* (multitudes inteligentes) y de *flash mobs* (movilizaciones instantáneas), movilizaciones que permiten articular grandes cantidades de individuos para manifestarse y organizarse colectivamente, a través de Internet (Howard, 2004).

El grupo español de investigación Datanalysis 15M, definió esta capacidad de acción colectiva en la red bajo al concepto de tecno-política, que caracterizan como: “el uso táctico y estratégico de las herramientas digitales colectivas *online* para la organización, comunicación y acción colectiva.” (Toret, 2013: 41). La noción de tecno-política, recupera la idea de una política fuerte, que se desarrolla entre la red y la calle y que es capaz de transformar el *statu quo*.

## 5. Reflexiones sobre los cuatro modelos de Espacio Público

Partimos de la reconstrucción de cuatro modelos históricos de espacio público (griego, burgués, mediático y digital), con la intención de mostrar cómo las tecnologías comunicativas estructuran la interacción y la acción política en determinada sociedad.

Hemos tratado de exponer, que esta reconfiguración constante del espacio público, a partir del desarrollo tecnológico-comunicativo, impide hablar de un espacio unívoco y monofacético. Se trata de advertir coexistencias y articulaciones complejas de los cuatro modelos propuestos.

En este punto vale la pena plantearse tres interrogantes que nos ayuden a concluir:

1. Sobre el acceso y la exclusión. Los argumentos de Arendt y Habermas —aunque no lo enuncien claramente— sostienen que la plenitud y la grandeza del espacio público clásico y burgués descansaban en la exclusión de grandes grupos sociales. Recordemos que en el espacio público griego sólo podían acceder a la vida pública los que habían solucionado las actividades de producción, es decir, los esclavos no podían participar de la cosa pública; y en el espacio público burgués se garantizaba la libertad de los ciudadanos, que podían manifestar su excelencia a través de la acción y el discurso, a partir de la calidad educativa y económica, que terminaba por crear una élite burguesa. En este sentido, la entrada en la escena pública de estos grupos mayoritariamente excluidos, con su lenguaje de las necesidades, fue la que provocó, desde su perspectiva, el eclipse del espacio público. Dicho de otra manera: ¿es posible una recuperación del espacio público en condiciones modernas, que no supongan necesariamente la exclusión aristocrática de esos grandes contingentes humanos? ¿Para poder hablar de la recuperación del espacio público, donde predominen la razón y el diálogo, éste se tiene que plantear desde un proyecto elitista y anti-democrático? O, mejor aún, ¿existe un espacio público donde no exista exclusión?

Hasta el momento, podemos advertir que no existe un espacio público que sea totalmente abierto a la mayoría de los ciudadanos. El espacio público mediático y el espacio público digital también se fundamentan a partir de la exclusión; en el primero, la exclusión es más aguda que en cualquiera de los otros tres modelos, prácticamente, la discusión pública es monopolizada por los medios de comunicación masiva, que funcionan como empresas y que responden a intereses particulares.

En el espacio digital, si bien las posibilidades de interacción son mayores, existen diferentes formas de exclusión, una de ellas se da a través de lo que se ha nombrado *brecha digital*; la tecno-política suele vincular a los usuarios de una misma tecnología (telefonía móvil, redes sociales por Internet, etcétera), mientras que excluye a los no-usuarios.

También, aunque se piense que Internet es un lugar libertario, la exclusión se da a partir de la privatización del espacio digital que realizan las grandes compañías que colman la World Wide Web y que han realizado grandes negocios, empresas como Google, Facebook, Twitter, pertenecen a jóvenes que aparecen en listas de los hombres más ricos del mundo.

2. Sobre la interacción política. El desarrollo de los medios de comunicación masivos y postmasivos estructuran el espacio público y las distintas formas de interacción política. Hannah Arendt enfatizó la importancia del lenguaje y el discurso como rasgos constitutivos de la *polis* en el pensamiento griego antiguo. Habermas, observó el origen de la prensa y su evolución a un negocio rentable. La prensa se constituía como una esfera pública de argumentación y confrontación, una esfera en la cual los individuos podían expresar sus puntos de vista, desafiar los argumentos de otras personas e impugnar el ejercicio del Estado. Se trataba, como dice Habermas, del uso público de la razón por parte de individuos interesados en abrir el debate y la discusión.

Sin embargo, estos dos autores estaban comprometidos con una concepción clásica del espacio público, lo que los llevo a interpretar el surgimiento de las sociedades modernas como una historia de decadencia. Esta historia de decadencia, es consecuencia de definir el espacio público a partir de una visión monolítica, lo cual

impide ver las constantes reconfiguraciones de lo público o, bien hace pensar estas nuevas formas desde una forma negativa.

Hemos tratado de mostrar que la reconfiguración constante del espacio público y de las formas de interacción política, constata que el modelo clásico y el modelo burgués, son sólo modelos posibles y que pueden convivir con el espacio mediático y el digital.

3) Sobre la acción política. Una de nuestras razones para estudiar el espacio público, es advertir que su reconfiguración constante origina diversas formas de acción política.

En el siguiente cuadro podemos sostener de manera esquemática esta idea:

**Cuadro 3: Reconfiguración del Espacio Público y nuevas formas de Acción Política**

<b>Espacio Público</b>	<b>Extensión</b>	<b>Comunicación</b>	<b>Sentidos de lo público</b>	<b>Acción Política</b>
<b>Espacio Público Griego</b>  <b>Espacio Público Burgués</b>	Espacios de discusión e interacción local o comunitaria. Se conforman por pluralidades de individuos, grupos y organizaciones. No sólo se involucran con la intención de mejorar formas de vida locales, también pugnan por asuntos que rebasan su territorialidad.	Comunicación dialógica, discusión directa con las personas interesadas, lo cual permite retroalimentación inmediata. Se comparte un espacio y un tiempo que sirve de contexto a la discusión.	Se cumplen los tres sentidos de lo público: son comunes, son visibles y potencialmente accesibles a los miembros que conforman la comunidad.	Conformación de la Polis Griega. Participación directa en asamblea/retórica. Conformación de los Estados/Nación. Democracias Representativas. Partidos Políticos.
<b>Espacio Público Mass-Mediático</b>	Espacios de debate, integrados por millones de personas, cuya extensión puede sujetarse al Estado-nación o rebasar sus límites.	Las mesoesferas son construidas a través de medios de comunicación (prensa, radio, televisión, etcétera), el mensaje es mediado, es vertical, con pocas posibilidades de diálogo.	Se discuten asuntos de interés común. Se exalta el sentido de la visibilidad y la accesibilidad es restringida.	Democracias representativas/electorales. Partidos Políticos. Sociedad Civil. Movimientos Sociales. Nuevos Movimientos Sociales.
<b>Espacio Público Digital</b>	Espacios globales-digiales de discusión, conformados por macropúblicos de millones de personas.	Al utilizar Internet como soporte. Se generan formas de comunicación interactiva, dialógica, en las que existe retroalimentación inmediata.	Se abordan asuntos comunes. Son visibles y el acceso está limitado por la brecha digital.	Políticas Insurgentes (Castell). Política Viral (Arditti) Tecno-política (Toret) Movimientos Conectivos (Reguillo)

En el cuadro se observa que el espacio clásico, al ser una microesfera, desarrolla una acción política directa, sin representaciones ni mediaciones, la retórica se emplea como instrumento de comunicación. En el espacio burgués, también hay una discusión directa, la opinión que surge de la reunión de los privados sobre los asuntos públicos crea una opinión pública, que tiene como fin la racionalización del poder.

El desarrollo de la democracia y el avance tecnológico de los medios de comunicación masiva, transforman la esfera pública y la interacción política. El Estado ya no se identifica con lo común y es sustituido por la *sociedad civil*. Lo común y lo accesible serán casi nulificados, estos sentidos de lo público serán construidos por oligarquías, que tienen la capacidad de controlar los contenidos y el acceso a los medios de comunicación masiva. La acción política se zanjará a través del voto y de movimientos sociales.

En el espacio público digital, la interacción política está construida a través de tecnologías que permiten una comunicación directa, permiten entablar diálogos directos, inmediatos; pero, a diferencia de la esfera clásica y burguesa, éstos son virtuales, lo cual sirve para catalizar experiencias políticas novedosas, híbridas, que se realizan en los espacios virtuales (*on line*) y físicos (*off line*).

## 6. Referencias

- Arditi, B. (2012). “Las insurgencias no tienen plan, ellas son el plan: performativos políticos y mediadores evanescentes en 2011”. México: Debate Feminista
- Chihu, A. (1999). Nuevos movimientos sociales e identidades colectivas. México: UAM—Iztapalapa, 47.
- Cobo, C. y H. Pardo (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Barcelona: México: Group de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.
- Habermas, J. (1981). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jasper, J. (2012). “¿De la estructura a la acción? La teoría de los movimientos sociales después de los grandes paradigmas”. Revista *Sociológica*, 75, pp. 7-48.
- Keane, J. (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- Lévy, P. (2004). Inteligencia Colectiva por una antropología del ciberespacio. Washington: Organización Panamericana de la Salud. Unidad de Promoción y Desarrollo de la Investigación y el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud.
- Maquiavelo, N. (2011). El príncipe. Madrid: Gredos.
- Melucci, A. (1999). Acción colectiva, vida cotidiana y democracia. México: El Colegio de México.
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Disponible en <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> una versión en castellano en <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>.
- Rabotnikof, Nora, En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea, México, UNAM-IIF, 2005
- Rheingold, H. (2004). Multitudes inteligentes. La próxima revolución social. Barcelona: Gedisa.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*, Tesis doctoral, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Rovira, G. (2013). *De las redes a las plazas: la Web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo*. Acta Sociológica, 62, pp. 105-134.
- Rovira, G. (2014). “El #YoSoy132 mexicano: la aparición (inesperada) de una red activista”. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 105, pp. 47-66.
- Thompson, J. (1996). “La teoría de la esfera pública”. Revista voces y culturas, 10.
- Thompson, J. (1998). Los media y la modernidad. Barcelona: Paidós.
- Touraine, A. (1995). Producción de la sociedad. México: Instituto de Investigaciones Sociales/Universidad Nacional Autónoma de México/IFAL/Embajada de Francia.
- Toret, J. (2013). Tecno-política: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. España: Universitat Oberta de Catalunya, Datanalysis15M.



## EL ALGORITMO Y EL FUNCIONARIO: CIBERNÉTICA Y CONDUCTAS NORMATIVAS

### *THE ALGORITHM AND THE OFFICIAL: CYBERNETICS AND NORMATIVE BEHAVIORS*

**Sucari, Jacobo**

Universidad de Barcelona (UB), Facultad de Bellas Artes  
jacobosucari@gmail.com

**Resumen:** Para el filósofo de la comunicación Vilém Flusser los aparatos digitales incorporan en su programación una lógica interna de funcionamiento, de manera que no es el usuario quien circunscribe el uso del dispositivo, sino que es el propio dispositivo técnico el que delimita las competencias del usuario. El diseño discriminatorio del dispositivo técnico es capaz de indicarle a la policía qué área patrullar; a los jueces, qué penas imponer; a los corredores de bolsa, cuándo comprar o vender. El algoritmo como función determinante de un mundo cuantificado en la estadística tiene el poder de imponer los límites y las formas de lo normativo, influyendo en los modos que asume lo real, creando una malla, filtro, o red epistemológica en los vínculos mediatizados de lo real. El nodo central de este texto apunta a dilucidar en qué nivel de competencia tecnológica debe operar el usuario para no estar condicionado por las imposiciones del algoritmo, y la importancia generativa del bien común.

**Palabras clave:** Vilém Flusser, tecnopolítica, imagen técnica, código abierto, soberanía tecnológica.

*Abstract: For the philosopher of communication, Vilém Flusser, digital communication devices incorporate in their programming an internal logic operation, so that, it is not the user who circumscribes the use of the device, but it is the technical device itself that defines the user's competences. The discriminatory design of the technical device is able to tell the police which area to patrol; to the judges, what penalties to impose; to stockbrokers, when to buy or sell. The algorithm as a determining function of a quantified world in statistics has the power to impose the limits and forms of the normative, influencing the ways the real assumes, creating a mesh, filter, or epistemological network in the mediated links of the real. The central node of this text aims to elucidate at what level of technological competence the user must operate so as not to be conditioned by the impositions of the algorithm, and the generative importance of the common good.*

*Key words: Vilém Flusser, technopolitics, technical image, open source, technological sovereignty.*

## 1. Introducción

Hasta qué punto los dispositivos técnicos que utilizamos modelan nuestra percepción y sentido de la realidad, es una pregunta que desde la primera revolución industrial, con la invención de la máquina de vapor, ha ido acometiendo todo tipo de interpretaciones.

Conocemos la posición radical del movimiento futurista italiano delante de la turbulenta belleza de la máquina y los cantos poéticos que su ritmo fue capaz de imponer en las visiones delirantes de un mundo orquestado por un híbrido entre hombre y máquina.

En el ámbito del constructivismo ruso por estas mismas épocas de comienzos del siglo XX, el grupo de DzigaVertov entendía que la máquina de la visión, el cine, era capaz de despertar nuestra percepción a un nuevo mundo solo entrevisto a partir del ojo de la cámara. El micro mundo y el macro mundo que revelan la lente de la cámara, configura una nueva epistemología de lo real, y en esa mirada, un nuevo orden analítico y vivencial capaz de expresar un mundo de relaciones mediante el lenguaje universal de la imagen.

Las máquinas crearon nuevos gestos corporales en el trabajo, nuevas modas en el vestir, nuevas concepciones del espacio y el traslado geográfico, incluso nuevos encuentros de ácido desoxirribonucleico (ADN) hasta entonces muy alejados unos de otros y que el tren permitió anudar.

En nuestra contemporaneidad la eclosión de la interface visual y táctil en los dispositivos técnicos que utilizamos promueve una forma de usos determinados, una gestualidad propia a la interacción con el dispositivo que encuentra sus tópicos en la pose de la selfie fotográfica y en la focalización visual de la mirada sobre pantallas móviles de pequeño formato. Los dispositivos técnicos imponen un orden del tiempo específico y una concepción de durabilidad. Nuestra atención y capacidad de intercambio con el otro se mueve al ritmo de nuestros dispositivos técnicos.

Si en una fase técnica anterior, en la denominada segunda revolución industrial, la esencia de la modernidad urbana se definía como un espacio donde se dirimen concepciones vinculadas a la artificialidad de lo tecnológico en contra de lo natural orgánico, hoy este contrapunto de términos es algo complejo de diferenciar. El entrecruzamiento entre dispositivos técnicos y el gesto de lo corporal va en aumento y por ello se realiza cada vez de manera más inconsciente. Podemos identificar que el nacimiento de la revolución industrial reside en la creación de máquinas capaces de crear otras máquinas, un momento donde piezas y hombres son intercambiables en el proceso de trabajo.

El escritor Doctorow relata en su novela *Ragtime* (1976) el comienzo de este modelo productivo en la fabricación en serie de automóviles según el sistema ideado por Henry Ford, donde la máquina es un dispositivo técnico de trabajo repetitivo y alienante que configura al hombre como un elemento desechable. La fábrica es un modelo social donde el comportamiento del trabajador viene determinado por el ritmo y la especificidad de la cadena de montaje, donde se separa al trabajador de todo conocimiento que no sea aplicable a su función productiva.

También los dispositivos técnicos de comunicación interconectados a partir de algoritmos que filtran la *Big Data* de la Web incorporan una lógica propia de funcionamiento, propician gestualidades y concepciones tempo-espaciales específicas. De manera que no es el usuario el que circunscribe el uso del dispositivo y la información que maneja, sino que es el propio dispositivo técnico y la lógica de las funciones de filtro de la enorme masa de datos que manejamos quienes delimitan muchas de las competencias del usuario. Algunas de estas funciones ya vienen integradas en la fabricación de los dispositivos técnicos y otras exigen de la especialización del usuario. Así y todo, la *caja negra* del algoritmo, invisible a ojos del usuario, crea un espacio de opacidad en el entramado abierto de la cibernética.

Josep M. Catalá (2010) en su análisis del modelo de interfaz que opera en el ordenador sostiene que la interfaz, ese canal que comunica al usuario con la máquina, esa traducción de lenguaje entre la máquina y el usuario; implica un modelo mental, la existencia de una nueva forma de gestionar el conocimiento, lo cual delimita a la postre la posibilidad de articular las peculiares sutilezas que nuestra época introduce en las formas de pensar. De igual manera, a decir de Dominique Cardón (2018) nosotros fabricamos los dispositivos de cálculo, el algoritmo, pero ellos a su vez nos construyen.

Los aparatos técnicos que utilizamos para comunicar y analizar el mundo configuran y condicionan a partir de su diseño, su software y su interfaz, nuestros modos de acción y maneras de conocer.

## 2. La función y el funcionario

Esta cualificación por parte del dispositivo técnico sobre las formas de comprensión del entorno, de una gestualidad determinada y una conducta del usuario, creando así una comprensión del mundo acorde con

unos intereses que el usuario desconoce, refleja el influjo de lo tecnológico sobre el sujeto y remarca la imposición del poder instituido en los mecanismos más íntimos de lo individual.

Este estadio de la comunicación técnica fue uno de los paradigmas centrales de las tesis tecno-críticas del filósofo Vilém Flusser en la década de los ochenta. Flusser analizó entonces las formas en que el programa y el algoritmo comandan los dispositivos técnicos que suponen la base nuestra información cotidiana, propiciando así una reflexión de las formas en que la técnica opera sobre el modelaje de lo real, y situando las maneras en que el dispositivo técnico articula un meta-discurso del poder que a partir de la tecnología es capaz de atravesar y operar sobre los cuerpos.

Desde el punto de vista de Flusser, sobre todo en los textos donde analiza la relación entre el aparato técnico y el usuario, nuestro concepto y experiencias vinculadas al tiempo de ocio y tiempo de trabajo, a lo público y privado, a aquello presencial o virtual, han perdido su base ontológica. Se hace entonces necesario analizar las formas que el dispositivo propicia, y sobre todo entender aquello que está oculto a la vista, el espacio opaco de la *caja negra* que comanda la lógica de los dispositivos técnicos y el entorno de la *Big Data* en una sociedad donde los cálculos estadísticos comandan la lógica de las grandes corporaciones de la comunicación.

En el nuevo ecosistema técnico en el que nos vemos empeñados se hace necesario analizar las condiciones a las que nos someten estos nuevos dispositivos y a la forma en que analizamos y distribuimos la enorme masa de datos a los que nos vemos abocados. El mundo contemporáneo de la precariedad laboral, de la movilidad espacial, del desahucio habitacional y la gentrificación, de la rapidez de los movimientos bursátiles y sus exorbitantes ganancias o caídas, está en relación directa con la fase técnica en la que nos movemos, donde las pantallas móviles, el algoritmo, la interface, la velocidad de los procesos de cálculo y la estadística, son elementos determinantes del conjunto de procesos económicos y culturales, de la perspectiva epistemológica desde la cual comprendemos el mundo.

No es la tecnología por sí misma la que condiciona estos procesos disruptivos, sino que su implementación permite el desarrollo de intereses específicos que incorporan en el aparato y sus dinámicas de selección, la base de su ideología. Son esos intereses económicos y políticos quienes hoy día delimitan las maneras en que la tecnología se desarrolla y las maneras en que se implementan sus funciones.

Estas maneras de operar se expresan a partir de unos programas. Una programación que podemos entender como un proyecto político que viene siendo aplicado desde hace más de cuarenta años por una élite internacional, económica y social, que imprime un orden específico. Ese programa discriminatorio que se expresa en las formas competitivas del neoliberalismo y en la sistematización de la política de los indicadores (Cardon, 2018), se aplica en las fórmulas explícitas adoptadas por los grandes centros de poder económico, tienen su correlato en una dimensión técnica en las formas que adopta el diseño, en la formulación de los programas que rigen las máquinas y en la materialidad de nuestros dispositivos, es decir, tanto en su software como en su hardware. No se trata de una *mano negra* que modela el conjunto de la materialidad orgánica del planeta y la *Big Data*, sino de intereses que van articulando la esfera de sus necesidades mediante unos conceptos bien claros y definidos en un proyecto, en un programa base.

La perspectiva que abre Flusser en su análisis del funcionamiento de los dispositivos técnicos y en la optimización de los mediadores entre función, uso y acceso, permiten establecer algunas pautas de interés en nuestro análisis. Para situarnos en este contexto aprovecharemos algunas reflexiones de Arlindo Machado (2000) sobre el carácter y forma del pensamiento de Flusser:

*Es posible, por lo tanto, definir a las máquinas semióticas, por su propiedad básica de estar ya programadas para producir determinadas imágenes y para producirlas de determinadas maneras, a partir de ciertos principios científicos definidos a priori. Las formas simbólicas (imágenes) que esas máquinas construyen ya están, de alguna manera, inscriptas previamente (pre- escritas, programadas) en su propia concepción, en la concepción de su (s) programa (s) de funcionamiento. Eso quiere decir que una máquina semiótica condensa en sus formas materiales e inmateriales un cierto número de potencialidades y cada imagen técnica producida a través de ella representa la realización de alguna de esas posibilidades (...) sus reglas de articulación son inventariadas, sistematizadas y simplificadas para ser colocadas a disposición de un usuario genérico, preferencialmente instruido. (p. 3)*

Este usuario genérico e instruido es denominado por Flusser como el *funcionario*: es decir, alguien que cumple la función para el que el aparato ha sido concebido.

Precisemos la forma que utiliza Flusser (1967) para la descripción del funcionario:

*En ese nuevo tipo, el centro está ocupado por el aparato, y el horizonte está constituido de funcionarios que funcionan en función del aparato. Me resisto a designar al funcionario con el término “hombre”, ya que se trata de un nuevo tipo de ser que está surgiendo. (p. 4)*

Si en la segunda revolución industrial el proletariado trabaja delante de la máquina ofreciendo su fuerza de trabajo como valor de cambio para conseguir un salario, Flusser considera al funcionario como un hombre programado por los aparatos de la era digital para cumplir la función establecida a priori por el programa, atrapado también en la función de la máquina.

Se pueden trazar paralelismos entre el asalariado que trabajaba a finales del siglo XIX en una máquina textil y este funcionario de finales del siglo XX descrito por Flusser. Aunque a primera vista las diferencias laborales son grandes, en el trabajo contemporáneo de esta fase digital de automatización del sistema de producción mediante el algoritmo, el desconocimiento por parte del funcionario de su propio rol en el entramado de la cadena de producción y consumo, reproduce las condiciones originales para las que la máquina ha sido diseñada. Es decir, el trabajador asume la “catástrofe” a la que cada nueva fase técnica lo empuja. (Echeto, 2013).

La producción técnica se expande así al conjunto del tiempo social, anudando trabajo y ocio, creando un marco subjetivo vinculado al cumplimiento del programa de los dispositivos que el consumidor utiliza, de manera que el funcionario interioriza el conjunto de reglas del formateo que aplica el algoritmo. Siguiendo a Flusser (1967):

*De manera que el “funcionario” no se encuentra rodeado de instrumentos (como el artesano pre-industrial), ni está sometido a la máquina (como el proletario industrial) sino que se encuentra en el interior del aparato. Se trata de una función nueva por la cual el hombre no es ni constante ni variable sino que está amalgamado de forma indeleble al aparato. En toda función de aparatos, funcionario y aparato se confunden. (p. 16)*

Flusser hace hincapié en la producción de imágenes técnicas mediante la fotografía, que es el medio que elige como símbolo, como síntoma del conjunto técnico. En la fotografía, no es el mundo exterior lo que interesa al fotógrafo, sino desarrollar el programa que el aparato tiene dispuesto:

*El fotógrafo manipula el aparato, lo palpa, mira por dentro y a través de él, a fin de descubrir siempre nuevas potencialidades. Concentrado en el aparato, el mundo de fuera sólo le interesa en función del programa. No está empeñado en modificar el mundo, sino en obligar al aparato a revelar sus potencialidades. (p. 16)*

Arlindo Machado (2000) en el texto ya citado lo explicita de la siguiente manera:

*Así, la fotografía muy al contrario de registrar automáticamente impresiones del mundo físico, transcodifica determinadas teorías científicas en imágenes, o para usar las palabras propias de Flusser, “transforma conceptos en escenas. (p. 2)*

Esos conceptos han sido la base del desarrollo científico mediante los cuales hemos sido capaces de generar una imagen técnica. La escena, es el contenido que adquiere esa imagen mediante la reproductibilidad técnica que otorga la máquina, es el tópico visual que transfiere emoción mediante la performatividad narrativa de las imágenes.

La confección de imágenes técnicas no solo permiten destruir el aura de lo real al reproducirlo, tal como sugería Benjamin, sino que acrecienta la distancia emotiva con el mundo al crear una imagen mediatizada que cumple con la función de utilizar el aparato y adscribirse al conjunto de opciones para lo cual esa imagen técnica ha sido concebida, es decir, encontrar una lógica productiva mediante su impresión, su difusión pública o privada, y la adquisición de un valor en el sistema simbólico de representación.

Nuevamente nos remitimos a Flusser (2002):

*A través de esa jerarquía de aparatos, corre una única y gigantesca intención, que se manifiesta en el output del aparato fotográfico: hacer que los aparatos programen a la sociedad para un comportamiento propicio al constante perfeccionamiento de los aparatos. (p. 16)*

### **3. Trabajo de campo. Noche de eclipse lunar**

Playa de Barcelona. 16 de Julio de 2019.

Salir a observar el nacimiento de la luna llena en la playa de Barcelona es una actividad popular que aún lo certero y lo bello, ya que la luna asoma por la línea del horizonte marítimo y se puede contemplar en todo su esplendor. Este espectáculo natural suele reunir a mucha gente joven y gran número de turistas que aún así

el ocio vacacional con cierta mística trascendente de carácter gratuito, detalle importante en la precariedad de las clases medias actuales.

En esta noche del 16 de Julio se trata de algo especial ya que a la luminosidad redonda del satélite se suma la promesa de un eclipse lunar que se podrá observar en su completo suceder y que oscurecerá gran parte de la superficie lunar durante unas dos horas. La playa por lo tanto cuenta con más adeptos al fenómeno lunar que de costumbre y se pueden ver gran cantidad de parejas y pequeños grupos sentados en círculos, acompañando la noche con bebidas y comida.

Sorprende en primera instancia la enorme cantidad de gente con el rostro iluminado por la luz tenue y blanca del teléfono móvil. Como en cualquier evento público de dimensiones espectaculares, mucha gente activa su aparato para comunicar su estado, compartir visiones y vivencias, para estar on-line.

Cualquier persona curiosa conoce este escenario donde una multitud ensimismada contempla su aparato. Sucede en las profundidades del metro, y también en la superficie marítima, acompañada en este caso de una enorme luna que se va oscureciendo a medida que el eclipse avanza y la luz se va tiñendo de otras densidades donde se observan nuevas texturas en el paisaje.

Podemos tejer una primera hipótesis: ¿hace falta compartir y fijar esta experiencia personal y grupal en un retorno coloquial con otras personas que no están viviendo esta experiencia in situ? ¿Por qué compartir y situar las coordenadas espaciales y temporales de este momento singular a través de un aparato? ¿Es compatible la tradición romántica del influjo lunar con las características del diseño plano, pulcro y recto del aparato?

Sin duda las respuestas a este comportamiento masificado pueden ser de distinto orden, pero hay una respuesta que no requiere motivos. Y esta es aquella que define un estado: se hace porque se puede. Se hace porque el aparato está fabricado para poderte comunicar y cada usuario cumple con esta función.

Yo también saco mi móvil y hago fotos de unos jóvenes haciendo *padelsurf* a la luz tenue del eclipse nocturno. Es una imagen poética y quiero tenerla, recordarla, en su caso compartirla. Me convierto así, junto al resto de la multitud en la playa, en un funcionario. Optimizo la función para la cual el aparato ha sido programado. Perfecciono los datos que organizan su operatividad.

Delante de la contemplación de la luz blanca de la luna, que genera ciertamente una fascinación que podemos vincular con la memoria de la especie humana, una memoria antropológica, se propicia una nueva luz blanca que es la del móvil, acompañada de un ejercicio táctil en una pantalla cuya interfaz genera una fascinación excesiva y mágica. Acercar y alejar los objetos entre los pulgares, comunicar pensamientos a larga distancia en tiempo real, el retrato de la figura como símbolo de la carnalidad del cuerpo, parecen ser el sumun de nuestro desarrollo técnico actual. Estamos bajo el influjo mágico y embelesado de la luz blanca donde la multitud de los poetas funcionarios al ritmo de sus pulgares conectan y transmigran su psique y su corporalidad virtual hacia el más allá.

Cumplimos así con el programa para el cual los teléfonos móviles han estado diseñados. Cumplimos de alguna manera con el programa que nos diseña en la cualidad de propietarios/consumidores, de activistas de posibles acciones puestas en acción, en deportistas del algoritmo.

La pregunta que subyace a toda la escena es: ¿quién nos pagará por toda esta actividad, por este trabajo? Y la respuesta es la que todos conocemos: nadie. El trabajo ya no necesita ser reeditado monetariamente. Se ejerce de manera voluntaria.

Retornando al modelo de la televisión, en los años 60 el director de cine Jean Luc Godard sostenía que el espectador televisivo debería cobrar por sentarse frente a la pantalla, y el escultor Serra sugería en un vídeo de 1977 que el espectador era ofrecido a la propaganda publicitaria como una figura sacrificial.

#### **4. El algoritmo como estructura**

Los programas que comandan los aparatos se construyen mediante lenguajes informáticos a partir de una serie de algoritmos. El algoritmo se entiende como un conjunto prescrito de instrucciones ordenadas y finitas que permiten llevar a cabo una actividad mediante pasos sucesivos que cumplan con su cometido. En términos de programación, un algoritmo es una secuencia de pasos lógicos que permiten solucionar un problema, establecer un patrón de acción (Cramm5, 2013).

Los derechos de autor otorgan al propietario de un programa específico, el derecho sobre el uso de la obra. Cuando alguien crea una obra original fija en un medio tangible, automáticamente se convierte en el propietario de los derechos de autor de dicha obra.

La importancia del algoritmo se manifiesta entonces a partir de dos modos coincidentes, por un lado, fija y delimita las operaciones de un conjunto complejo de informaciones y las formas de interacción aplicadas al usuario; por otro, establece una propiedad sobre la especificidad del programa, por lo cual además de reglamentar su uso, establece los límites y formas en que ha de ser utilizado.

La programación informática inaugura un tipo de propiedad privada inmaterial a partir de lenguajes artificiales en lo que hoy denominamos como capitalismo cognitivo. Si en una fase pretérita del capitalismo la búsqueda de materias primas generaron un colonialismo extractivo y depredador por parte del estado nación, en la actualidad se suma a esta lógica extractiva aún vigente, la disputa por las patentes, el software y el algoritmo: una serie de órdenes en lenguaje máquina que otorgan poder, ganancias y control donde se perpetúa el sentido de la propiedad a pesar de la inmaterialidad de la información y los datos que se manejan. El poder sobre las patentes ha sido un tema conflictivo ya desde los comienzos de la revolución industrial. En la primera gran guerra entre los estados nacionales europeos donde se competía por su expansión territorial y control de las materias primas, el capital se apropió de materias básicas como el agua, el gas, los minerales, o el petróleo. El mundo de la química industrial vivió una guerra de patentes, antes y después de la segunda guerra mundial, donde las invenciones del campo enemigo fueron integradas rápidamente en las lógicas de producción industrial nacionales sin respetar el sistema internacional de patentes.

También de esa manera el nacimiento de la puesta en valor del software informático inauguró nuevos enfrentamientos, en este caso entre gran parte de la comunidad científica y la industria informática.

En el ámbito científico, tanto el investigador que trabaja para una corporación, un teórico de la academia o un técnico informático, asumen por lo general que sus conocimientos no están desvinculados del resto de conocimientos históricos sobre el cual se pliegan sus hipótesis y resultados. El trabajo científico ha sido siempre un trabajo colectivo. Sin embargo, el conocimiento científico aplicado a la industria ha pasado de entenderse como un bien común de la humanidad hacia un bien extractivo con capacidad de ser privatizado y sometido a las patentes de la propiedad.

En el nacimiento de los ordenadores, el software tenía un modelo de desarrollo cooperativo similar al de otras ciencias. A partir de los años 60 casi todo el software informático era producido en masa por académicos e investigadores corporativos en colaboración, y el desarrollo de los lenguajes informáticos no era visto como un producto. Los sistemas operativos eran ampliamente distribuidos y mantenidos por comunidades de usuarios. El código fuente, la versión leíble para usuarios del software, era distribuido en abierto porque los usuarios lo modificaban ellos mismos para arreglar errores de programación o agregar nuevas funcionalidades.

Este panorama colaborativo comenzó a cambiar hacia finales de los años 1960 cuando nacieron las primeras compañías que privatizaron su código. A partir de la década de 1970 y principios de los años 1980, los vendedores de ordenadores y compañías de software empezaron a cobrar por licencias de software de manera rutinaria, comercializándolas en tanto que productos informáticos e imponiendo restricciones legales a los nuevos desarrollos de software, a través de derechos de autor, marcas registradas y contratos de arrendamiento.

Son suficientemente conocidos los episodios vividos a partir de la década de los años 80 por parte de la comunidad científica en pos del software libre, del código abierto y las expectativas que se generaron alrededor del proyecto GNU (*GNU is Not Unix*) para escribir un sistema operativo completo, libre de restricciones en relación a su utilización, modificación y distribución, con o sin mejoras. (Stallman, 1996.)

Es importante reseñar estos procesos de enfrentamientos entre diferentes modelos de concebir la propiedad del software porque esas estrategias revelan las relaciones contemporáneas de poder en torno al uso y función que estamos dando a las tecnologías de información y comunicación. Internet, diversas redes privadas y el conjunto de normas de intercambio informático que hacen posible la información bursátil, los radares del ejército, satélites y control del tráfico aéreo, utilizan programas en cuya elaboración hay fuentes de dinero público y una inversión ingente de saber comunitario colaborativo, ahora apropiado por corporaciones privadas.

El gran desarrollo de la cibernética se basa en gran medida en aplicaciones públicas y comunitarias desarrolladas a través del software libre, el código abierto y el creative commons. La inversión privada en I+D (investigación y desarrollo) que busca beneficios y control técnico se ha ido apropiando del conjunto de saberes aplicados al desarrollo de programas. Las grandes corporaciones que poseen los derechos de las aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación en la que nos movemos cada día, gestionan y promueven algoritmos dirigidos y capados en función de sus intereses, y es en función de estos

intereses privados que la sociedad civil sucumbe al formateo de unas relaciones cibernéticas sometidas cada vez a un control mayor.

Como señala Yochai Benkler (2018), en la capacidad de construir prácticas basadas en el procomún y en el conocimiento colaborativo en línea reside la capacidad de nuestras sociedades de desarrollar auténticos procesos democratizadores fuera de las imposiciones de los mercados.

## 5. Trabajo de campo: Los que tienen y los que no tienen

### 5.1. La educación en la universidad sobre la post producción de imagen y sonido

Como profesor del ámbito de imagen en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona, imparto un curso de laboratorio vídeo a más de una veintena de alumnos. El curso es una introducción a la imagen digital en el contexto de una historia del arte contemporáneo, y un laboratorio experimental donde se concretan ejercicios de grabación y post-producción de imagen en movimiento. Es decir, que los alumnos entran en el contexto histórico del uso de la imagen digital a partir de referentes de diversos movimientos de vanguardia, artistas y de la producción independiente del vídeo. En paralelo a este contexto histórico tienen que poder elaborar trabajos propios donde expresen su punto de vista en una técnica para ellos nueva como lo es la creación y tratamiento de imagen y sonido digital. No es poca tarea para un cuatrimestre de curso. Tienen que aprender a elaborar un proyecto, desarrollarlo, manejar cámaras de vídeo, iluminar, grabar sonido y post-producir el material mediante programas de edición.

A lo largo de la carrera irán profundizando y ampliando este proceso de investigación y creación donde el saber técnico es importante ya que la independencia del trabajo artístico dentro de la industria de la cultura promueve un artista integral, capaz de crear y desarrollar todo el proceso de trabajo. Intentar que estos alumnos utilicen programas de edición de código abierto se hace muy complicado. Pretender que un artista visual se sumerja en el estudio de la programación se hace cada vez más difícil, a medida que los programas se hacen más sofisticados y a la vez más sencillo su manejo. El artista necesita poder construir sus proyectos, y el proceso de trabajo vinculado a las fórmulas de gestión técnica de la programación están cada vez más lejos de los intereses de los estudiantes y de los profesores de arte.

Si bien en el mundo artístico el posicionamiento y el activismo sobre el software libre y el código abierto tuvieron un elevado compromiso por parte de artistas visuales en los albores de la era digital, en los estudios académicos actuales se hace muy difícil poder incorporar en los programas de estudio una vertiente de comprensión y manipulación del código aplicado a la edición de imagen y sonido. Existen hoy día movimientos en pos del uso de software libre por parte de artistas visuales, músicos, DJ's y video jockey's, pero forman parte de un campo de activistas desvinculados de la educación académica.

El estudiante se relaciona con cierta inocencia con la *caja negra* del entorno digital, y su energía de trabajo se dirige a la concreción de obras audiovisuales. El entorno digital de la Web y el algoritmo que comanda la distribución de la información queda ahora fuera de sus presupuestos y conocimientos prácticos. En la mayoría de facultades donde se enseña imagen y el entorno digital global de la comunicación, que personalmente conozco, sucede lo mismo, o más aún, no hay siquiera un acercamiento crítico de los procesos técnicos a los que se somete la creación y distribución de imagen y sonido.

En relación al desconocimiento de esta *caja negra* en la creación digital, si los alumnos que se especializan en imagen ya no pueden acceder al código, ¿quienes podrán hacerlo? Muy posiblemente solo los estudiantes de programación informática que reciben una formación técnica con muy poco contexto histórico y donde contexto estético, sentido, significativo y proceso, son variables que carecen de interés en sus métodos de trabajo.

### 5.2. Fuera del lenguaje del mundo Red

Otra dimensión donde el mundo digital normativo provoca grandes tensiones es en relación de aquella porción de la ciudadanía que no posee dispositivos digitales. De aquellos que ignoran las reglas más básicas de la informática y son obligados a aplicarlas en su vida cotidiana.

Una visita a una oficina del seguro de desempleo o a cualquier otra oficina pública desvela un panorama trágico. La gente que acude a estas oficinas está obligada a pedir cita, rellenar informes y cuestionarios, solicitar pagos y postergaciones, mediante procesos on-line que no son capaces de ejercer. No solo se trata de gente sin capacidad de acceso a las redes por pobreza o ignorancia, sino también por cuestiones de edad o de

capacidades mermadas. La administración pública impone a esta parte de la población a una doctrina digital que está más allá de sus posibilidades creando un círculo vicioso de marginalidad y desatención.

Cuando se está hoy día fuera de la Red, el ciudadano no tiene existencia para la administración, ni para el funcionario que tiene que seguir las pautas marcadas por el programa. La visita al seguro de desempleo desvela la inmisericordia del funcionario del estado que ejecuta los planes del algoritmo y da muestra de la incapacidad del sistema por adaptarse a las necesidades del individuo.

A pesar de que el algoritmo, a partir de su rastreo digital, tiene como función promover el desvelamiento de las necesidades y pautas de hábitos del individuo, es en el contexto y marco de la Administración pública donde notamos las carencias de su proyecto. Ya nada parece factible para el Estado fuera de la Red, y la óptica dogmática del algoritmo desemboca en la desatención de aquellos que por decisión propia o por desafección del propio sistema de atención social, han quedado fuera del ecosistema cibernético. Esa marginalidad digital significa hoy estar fuera del marco político democrático y de la cobertura del Estado. A partir del algoritmo se deja fuera del ámbito de la atención social a gran parte de la población que no está vinculada a la propia demanda y oferta cibernética. El Estado desestima a aquellos ciudadanos necesitados que no practican aquello que los especialistas en marketing digital denominan como *clickbait*.

## 6. Los lenguajes artificiales

Aquello que forma parte de la llamada *caja negra* del dispositivo, y que según entiende Flusser dispone a un comportamiento formateado en la relación usuario-máquina, asume en nuestras sociedades digitales características normativas a partir del uso de algoritmos que las grandes corporaciones estructuran y que delimitan las formas del comportamiento social y sus perspectivas, conformando una episteme específica que articula las maneras de intercambio en el capitalismo avanzado.

Las redes sociales comandadas por las grandes corporaciones sintetizadas en las siglas del llamado imperio GAFa (*Google, Amazon, Facebook y Apple*), confeccionan un entramado de relaciones donde poner o recibir un *I like* crean modos de ser de una comunidad. La información política, anteriormente canalizada por los filtros del periodismo, hoy llega formateada a través de los algoritmos del Page Rank de Google y mediante los 240 caracteres de *Twitter* donde se pueden seguir en directo los mensajes del presidente de los EEUU, y que a manera de premio comunicacional, mantiene en coordinación con la Bolsa de valores en apremio a un sistema político que permanece on-line los siete días por semana, las 24 horas; aquello que hoy se denomina como actividad 7/24.

La especificidad de la función, el conocimiento exclusivamente técnico, y la adaptación a la norma que genera el conjunto de la aplicación cibernética en la comunicación, son reseñadas a su manera por Flusser en un texto sobre el funcionario (1967):

*El método del progreso del funcionario es su adaptación al aparato. Hay varias formas de adaptación, pero mencionaré sólo una: la de la especialización progresiva. En ella el funcionario se adapta a una parte específica del aparato. Con esa adaptación el funcionario adquiere un papel específico en el conjunto de procesos de funcionamiento, esto es, algo que se parece, de lejos, a una persona. El especialista es un funcionario valioso, porque se asemeja a una persona, y se destaca así del anonimato. (p. 6)*

En sus variadas tesis sobre la actual fase técnica, donde se produce un corrimiento entre los usos de texto e imagen, Flusser profundiza en la función y orden del lenguaje. Para muchos de sus exégetas, Flusser es ante todo un filósofo del lenguaje que concibe una teoría de la comunicación a partir de la imposición explícita de los lenguajes artificiales.

Marcio Seligmann-Silva señala el interés central de Flusser por la filosofía del lenguaje, y destaca además el juego de etimologías en la construcción de paradigmas originales. En “De Flusser a Benjamin – do pós-aurático às imagens técnicas” (2009), Seligmann hace hincapié en un concepto generador de Flusser tal como “la función del pontífice”, el rol de aquellos sujetos que crean puentes.

Seligman señala la importancia que estos pontífices adquieren en la obra de Flusser a la hora de establecer vínculos entre diferentes idiomas, lenguajes, mundos. La destrucción de los puentes, la ruptura de los vínculos entre lenguajes de diversas procedencias, es para Flusser una catástrofe que nos depara un mundo de conocimiento plano, unidimensional, un mundo de funcionarios a-críticos que responden a una función pre establecida, sin capacidad de ir más allá de las formas del lenguaje impuestas por el poder dominante, por los lenguajes normativizados.

En referencia al giro lingüístico digital, en el que Flusser desarrolla su tesis de la *caja negra*, se puede argumentar que todo lenguaje, y no solo el digital, impone unos límites, es decir, delimita una episteme específica, una forma de conocimiento y percepción del entorno. El caso de la música es en este sentido emblemático.

La invención del dispositivo piano-forte hacia finales del siglo XVII marca la pauta de un nuevo carácter en la música que abandona los intervalos subjetivos de una afinación variable en la música de la época barroca, por un nuevo instrumento que define los intervalos musicales de una manera fija y estricta. Esta distribución de las frecuencias en el pianoforte se conoce como un orden de igual temperamento, es decir, la octava está dividida en 12 semitonos perfectamente iguales (desde el punto de vista logarítmico). El pianoforte funda de esta manera un nuevo modo de ser de lo musical, a partir de los cuales se experimenta las nuevas formas de articular un cosmos sonoro en función de las características de la nueva tecnología del pianoforte. Para muchos historiadores de la música occidental, gran parte del trabajo de las vanguardias musicales del siglo XX, desde el dodecafonismo hasta el desarrollo de los sintetizadores electrónicos han buscado liberar al oído y a la construcción musical de las imposiciones de la afinación de la tecnología del pianoforte.

Este ejemplo nos sitúa en la relación privilegiada que adquieren dispositivo y lenguaje, en la manera en que el lenguaje es capaz de articular un cosmos específico. Pero si el habla tiene como principal base de crecimiento y transformación los usos que el/los hablantes aplican en su práctica cotidiana; aquellos lenguajes artificiales creados por programadores expertos y cerrados al ámbito de su aplicación plantean un modelo de uso diferente. Volvemos a citar a Flusser para seguir su lógica del funcionario:

*El funcionario domina apenas el input u output de las cajas negras. Él sabe como alentar las máquinas o cómo accionar los botones adecuados, de modo de permitir que el dispositivo (cumpla) complete las imágenes deseadas. Así, el funcionario escoge, entre las categorías disponibles del sistema, aquellas que le parecen más adecuadas, y con ellas construye su escena. Una vez que puede escoger, el funcionario acredita estar creando o ejerciendo una cierta libertad, pero su elección será siempre programada, porque es limitada por el número de categorías inscriptas en el aparato o máquina. Para producir nuevas categorías no previstas en la concepción del aparato sería necesario intervenir en el plano de la propia ingeniería del dispositivo, sería preciso re-escribir su programa, esto quiere decir: penetrar en el interior de la caja negra y develarla. (p. 3)*

Cada día utilizamos más dispositivos comandados por lenguajes artificiales donde los usuarios no aplicamos sobre ellos, sino que estos delimitan un *temperamento* fijo en el que solo nos movemos al ritmo de las pautas que sus algoritmos generan. ¿Cuales y cómo pueden darse las posibilidades para que esta *caja negra* del algoritmo que comanda el conjunto cibernético no cercene la creatividad, ni sea monopolizada por los intereses de las grandes corporaciones que ponen al servicio del público una herramienta funcional pero dirigida a actuar en función de sus intereses?

## 7. Conclusiones: El lenguaje como patrimonio común

La batalla por la regeneración y uso del lenguaje entendido como patrimonio del común, rechazando las formas institucionales dictadas por una Academia normativa que lo constriñen, fueron foco del activismo crítico del movimiento cultural contestatario, la denominada contra cultura. También lo fueron, siguiendo la misma línea de reivindicaciones, las rupturas del marco impuesto por los géneros en la cinematografía de la industria cultural, y frente a los modelos convencionales adoptados en diferentes expresiones artísticas. Los juegos del lenguaje y sus límites, como señaló Wittgenstein (1935), son (o deberían ser) potestad del hablante, no de las instituciones normativas.

Quizás recién ahora en el marco de una globalización desbordante comencemos a atisbar el enorme poder de los lenguajes artificiales, del algoritmo, así como de la interfaz de nuestros dispositivos técnicos y de las contriciones que la institución y las corporaciones establecen al determinar estos lenguajes en fórmulas de propiedad privada, con códigos cerrados, explotados mediante el cobro de patentes y derechos de autor. Ya no solo hablamos de las materias primas naturales como elementos extractivos por parte del capital, sino que los lenguajes artificiales representan en el capitalismo cognitivo una nueva fuente de provecho, generador de plusvalía y poder.

La llamada sociedad del cálculo realiza un estrecho emparejamiento entre la capacidad de actuación por parte de individuos y de sistemas sociotécnicos que imponen arquitecturas cada vez más sólidas. (Cardon, 2018).

Cuestionar los usos, los modos, los precios, direccionalidades, interfaces, mecanismos de control y censura de los dispositivos técnicos que utilizamos en nuestra vida cotidiana y que vienen delimitados, capados y con

diseños cerrados, puede ser parte de un nuevo ámbito de reivindicaciones sociales, legales, económicas y comunicativas, donde nuevos juegos de lenguaje, libre de las ataduras del mercado, sean capaces de atisbar e imaginar un nuevo modo de interacción entre el usuario, la comunidad, redes y máquinas.

En el contexto político de las telecomunicaciones donde las redes sociales se constituyen como las nuevas plataformas de intercambio personal, pero también de propaganda ideológica del poder establecido, parece imprescindible poder desentrañar los mecanismos de subjetivación y control al que está sometido el ciudadano de nuestras democracias contemporáneas a través de los dispositivos técnicos.

En el contexto del capitalismo cognitivo se hace necesario desentrañar los mecanismos mediante los cuales las grandes corporaciones son capaces de extraer la fuerza vinculante, la dinámica social de nuevas herramientas de comunicación e información capaces de potenciar las relaciones horizontales y nuevas formas de bien común, pero que sin embargo están siendo formateadas en un orden vertical y centralizado.

Las tecnologías de la comunicación han sido una potente herramienta de normativización, de homogeneización social por parte del poder durante el siglo XX. En la fase técnica actual con el gran desarrollo de la interfaz visual y táctil, de las pantallas móviles y personales, de las Redes y las conexiones nómades, los modos de crear imaginarios consensuados por parte del poder, son más fuertes que nunca antes y parecen haber ampliado su capacidad normativa.

Como en fases técnicas anteriores es potestad de la teoría registrar y analizar cuáles son las resistencias que se disponen desde la ciudadanía, cuáles los revulsivos que el propio dispositivo dispone y como la comunidad de usuarios es capaz de articular nuevos juegos de lenguaje cuyo carácter operativo sea de apertura. De señalar las paradojas a las que nos somete el desarrollo tecnológico que en su apariencia brillante y lúdica es un elemento disruptivo de la norma y las convenciones tradicionales, sean estas sociales o económicas, pero que en manos del poder es una herramienta de homogeneización social.

El puente y los pontífices, sugerían para Flusser un espacio físico y mental desde donde poder observar el territorio, un lugar desde donde criticar el paisaje impuesto por medio de la representación de las imágenes técnicas, por una simulación mediatizada que los lenguajes artificiales disponen, por esa Red cibernética que recrea una malla epistemológica que delimita un territorio y constriñe el paisaje. Estos pontífices, estos creadores de puentes, entendidos como traductores, desempeñan el trabajo de vincular campos de lenguaje, ya que ningún lenguaje en particular es capaz de desempeñar por sí mismo la tarea de comunicar. La traducción, el trabajo de traducir, de vincular una lengua con otra, hace posible según Flusser, el salto entre universos.

Seligmann lo explica así (en el original portugués): “No seu pequeno texto de 1990 “Pontificar” ele explora a idéia da tradução como construção de pontes. Aí ele afirma que os pontífices (construtores de pontes) seriam essências, hoje mais do que nunca. Eles deveriam permitir o trânsito não apenas entre as diversas línguas (trânsito impossível, mas necessário), como também entre o discurso verbal e o imagético, entre o conceito e o algoritmo, entre a música e as demais linguagens”. (2009: p. 5).

Desde nuestra experiencia actual, pasados ya unos veinte años de la publicación de estos textos de Flusser, y con la posibilidad de esbozar una síntesis de los diferentes momentos de desarrollo de la imagen técnica y su repercusión social, parecería que el filósofo checo está apegado a la estrategia del especialista. El liderazgo del llamado pontífice semeja la tarea del intelectual activista, vinculada al ejercicio prometeico de las vanguardias políticas y artísticas de comienzos del siglo XX.

De hecho estos especialistas, estos pontífices existen, y están entre los mejores pagados por las corporaciones vinculadas a la informática y la cibernética. El conjunto del espíritu crítico de estos especialistas, reunidos en un momento en torno al software libre y el código abierto contra las patentes de la industria, han sufrido y sufren la persecución y el estigma de solitarios y perversos hackers, tópico impuesto por las grandes corporaciones, que espera el tiempo propicio para quitar de en medio a esta generación de científico-técnicos independientes (Peirano, 2019). De hecho, los congresos y reuniones de estos expertos independientes que hasta hace poco constituían el mejor reclamo del espíritu crítico en el ámbito de la informática y la cibernética, hoy día comienza a mermar, tal vez por la presión de la precariedad laboral, tal vez por el paso de una generación contestataria a una que necesita incorporarse a las formas laborales más convencionales, en un mundo donde la vida es cada vez más cara.

De todas maneras, un movimiento activo en contra de la imposición de un algoritmo normativo en nuestras redes de comunicación no es solo una cuestión de especialistas. Así como existe un movimiento por la libertad de los animales explotados por la industria de la alimentación, puede existir un neo-ludismo que promueva la libertad de elección frente a las máquinas. Los movimientos sociales pueden negarse a la creación, distribución y venta de máquinas que sirvan para matar, pero también de aparatos que destruyan el

medio ambiente, de dispositivos que anulen el desarrollo cognitivo de los menores, de transgénicos tóxicos, de tecnologías que solo sirvan a intereses privados, de algoritmos con tendencias estrictamente comerciales.

Quizás solo a partir de la idea del bien común, del conocimiento compartido, del llamado procomún, es que podamos acceder a una dimensión de creación de tecnologías que permitan establecer experiencias de acceso y retroceso, de cambios y actualizaciones que no sigan los lineamientos de un grupo industrial, sino que revise a tiempo real por parte de una comunidad lingüística del algoritmo, las funciones y optimizaciones necesarias de los dispositivos técnicos que utilizamos.

Revelarse contra los modos de la interfaz en la relación humano-máquina cuando no son saludables, contra los límites del programa que comanda los gestos y métodos que los dispositivos técnicos aplican a nuestra percepción visual y vital, puede ser una necesidad singular de una nueva ilustración que expanda los conceptos clásicos de libertad, igualdad y fraternidad a partir del uso de herramientas dispuestas desde la dimensión del bien común.

Siguiendo a Flusser: se trataría de des-funcionarizar al funcionario. O como bien expresa él en su texto-profecía de *El universo de las imágenes técnicas*:

*Ya no serán las emisoras centrales quienes hagan las prescripciones a los aparatos, sino que cada uno de los generadores de imágenes que se sienta frente a una terminal de computadora lo hará por sí mismo. Así, quiero decir que todos esos “programas propios” se contrastarán entre sí, que se alimentarán y se corregirán recíprocamente, y que en consecuencia por parte de todos los participantes se dará una permanente programación dialógica de todos los aparatos. Que por consiguiente el ser humano del futuro se distinguirá del actual funcionario y que, a diferencia de éste, no tomara decisiones programadas, sino que tomará decisiones programando.* (2015:p.141)

Esta utopía, que ya en parte habitamos y que se expresa cada día a partir de movimientos horizontales cooperativos y de generación de programas de software abierto, de algoritmos que se suscriben en un concepto de bien común, plantea la posibilidad y la necesidad de revertir la dimensión actual mayoritaria, de los modos de control y centralización cibernéticos, de recrear y desarrollar desde una acción colectiva y en red nuestros dispositivos técnicos y los saltos a otros mundos posibles.

## 8. Referencias

- Benkler, Y. (2018). De la comunidad imaginada a la comunidad práctica. *Revista Barcelona Metròpolis. Ciutat digital. N° 110 – Gen. 19. p 4-10.*
- Català, JM. (2010). *La imagen interfaz: representación audiovisual y conocimiento en la era de la complejidad.* Bilbao : Universidad del País Vasco.
- Cardon, D. (2018). *Con qué sueñan los Algoritmos.* Ediciones Dado. Madrid.
- Echeto, V. (2013) Vilèm Flusser: crítica estética e imagen tecno-visual. *Galaxia (São Paulo, Online)*, n. 25, p. 66-73, jun. 2013.
- Flusser, V. (1967). *Da Religiosidade. A literatura e o senso de realidade.* São Paulo, Escrituras. Editora, 2002, pp. 83-89.
- Flusser, V. (2001) *Una filosofía de la fotografía (Für eine Philosophie der Photographie).* Madrid: Síntesis.
- Flusser, V. (2015). *El universo de las imágenes técnicas: Elogio de la superficialidad.* Traducción Julia Tomasini, introducción y notas Claudia Kozak. Buenos Aires: Caja Negra.
- Flusser Studies. Recuperado 13 setiembre 2019, de <http://www.flusserstudies.net/tags/communication>
- Machado, A. (2000). *Repensando a Flusser y las imágenes técnicas.* En el paisaje mediático: Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas. Buenos aires: Libros del Rojas. Recuperado de [fba.unlp.edu.ar > lenguajemm](http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm)
- Machado, A. (2004). *Arte y medios: Aproximaciones y distinciones.* La Puerta FBA 1: 84-93. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/20001>
- Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención.* Editorial: Debate.
- Stallman, R. (1996). *Historia del sistema GNU.* Recuperado de, <http://www.gnu.org/gnu/gnu-history.es.html>
- Seligmann-Silva, M. (2009) *De Flusser a Benjamin – do pós-aurático às imagens técnicas.* Recuperado de [www.flusserstudies.net > files > media > attachments](http://www.flusserstudies.net/files/media/attachments)
- Wittgenstein, L. (2009). *Los cuadernos azul y marrón.* Editorial Tecnos.



## MULTITUDES HABITANTES: CONEXIÓN ONLIFE Y ACTIVISMO FEMINISTA CONTRA LAS VIOLENCIAS DE GÉNERO EN MÉXICO

### *INHABITANT CROWDS: ONLIFE CONNECTION AND FEMINIST ACTIVISM AGAINST GENDER VIOLENCE IN MEXICO*

**Lara Delgado, Jonhhy**

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo  
jonnhylara65@gmail.com

**Araiza Díaz, Verónica**

Universidad Nacional Autónoma de México  
araizadgb@hotmail.com

**Resumen:** Conectarse implica conocer, reinventarse, observar, opinar, unir extremos por caminos transitables, tal cual los cables de una computadora, o la conexión del *wifi*. La red se convierte en espacio para dar voz a las mujeres y visibilizar sus luchas, así como tejer redes y afinidades entre ellas; el ciberactivismo feminista ha sido herramienta de creación de espacios políticos para mujeres en la lucha de género, pero la posibilidad se abre de a poco. Tal y como el concepto de género fue sacado de la lógica naturalista para entenderlo como una construcción social, el ciberespacio debe ser analizado y habitado como un objeto-espacio epistémico, político y genealógicamente colectivo; no es un lugar solo de conexión, sino que es un medio de conocimiento y reivindicación política. Las multitudes habitantes son herencia de los nuevos movimientos sociales, son futuro, conexión y espacio político. Se trata de colectividades políticas desde el cuerpo, la protesta y el *click*. No es necesario un espacio específico, es necesario habitar políticamente cualquier espacio, politizarlo e incidir en él.

**Palabras clave:** ciberespacio, activismos, feminismos, violencia de género, México

*Abstract: Connecting means knowing, reinventing, observing, reviewing, joining ends along passable roads, as is, such as the cables of a computer, or the Wi-Fi connection. The network becomes a space to give women a voice and make their struggles visible, as well as weave networks and affinities between them that are miles away with new technologies, feminist cyber-activism has been a tool for creating political spaces for women in the gender struggle, but the possibility opens up little by little. Just as the concept of gender was derived from naturalistic logic to understand it as a social construction, cyberspace must be analyzed and inhabited as an epistemic, political and genealogically collective object-space; it is no longer a place of connection only, it is a means of knowledge and political demand. The inhabitant crowds are inheritance of the new social movements. They're future, connection and political space. They become a political collective from the body, protest and click. A specific space is not necessary, it is necessary to politically inhabit any space, politicize it and influence it.*

*Key words: cyberspace, activisms, feminisms, gender violence, Mexico.*

## 1. Introducción

El objetivo de esta investigación es analizar los activismos feministas en las redes sociales digitales en torno a las violencias de género. La investigación se denomina *onlife* (Floridi, 2015), pues transita tanto en espacios *online* (Twitter) y lo *offline* (plazas, calles, manifestaciones). Se realizó una etnografía virtual, para pensar lo digital, tanto como objeto de investigación como instrumento para ella, un método desde las ciencias sociales, donde lo celular, lo micropolítico es una forma de descolonizar el debate sobre metodologías participativas (Gómez, 2017).

Los resultados de esta etnografía virtual dan pie a un análisis que envuelve un seguimiento de manifestaciones públicas en Ciudad de México, rodadas feministas en distintos puntos de la zona metropolitana de México, y también un monitoreo de redes sociales digitales, lo que dio pie a la construcción de categorías políticas: 1) acciones directas; 2) identificación colectiva; y 3) identificación afectiva. Lo anterior es solo una muestra de la lucha por el significado y el espacio que articulan cuerpos y experiencias políticas.

La intimidad del cuarto físico provocó una reestructuración de nuestros espacios y tiempos. A partir de este lugar híbrido, existe la necesidad de (re)colocar a los/las ciudadanos/as en el centro de la vida pública, en los significados y experiencias de lo político, que forman una sociedad *cyborg*, compuesta de multitudes (Hardt y Negri, 2004) que no solo están conectadas, sino que están habitadas, tal cual, como habitaciones conectadas, ocupan la red de manera interseccional (género, clase y raza) en la doble dimensión público-privada.

## 2. Violencias de género y biopolítica

En lo que respecta al estudio del género, Scott (1985) mencionaba que el nuevo análisis histórico debía contemplar las cuestiones de clase, raza y género, lo que posteriormente sería ampliamente conocido y desarrollado como interseccionalidad, gracias a Crenshaw (1989). Para comprender las circunstancias de los oprimidos y analizar su significado, se deben observar las desigualdades y las relaciones de poder organizadas desde los tres ejes.

Se necesita entonces rechazar la calidad y la oposición binaria, es decir lograr una historicidad y una construcción completa de los términos de diferencia sexual y se deben buscar líneas de análisis y de autocrítica. Según Scott (1985), la definición reposa sobre una conexión integral entre dos proposiciones: 1) género como un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en la diferenciación entre sexo y género y 2) como forma primaria de relaciones significantes de poder. La utopía de una sociedad sexualmente igualitaria parte del análisis de género. El sistema sexo-género debe ser repensado a través de la acción política (Rubin, 1975), enfocarse en la eliminación del sistema social que crea el sexismo y el género, el que provee instrumentos que describen la vida social y genera distintas opresiones sobre las mujeres.

El estudio sobre las violencias de género puede ser abordado desde otras rutas epistemológicas que permitan la no diferenciación de sujetos y objetos. La epistemología feminista, desde hace varios años, plantea distintas claves para la deconstrucción del sistema patriarcal, en el ámbito científico, como espacio social y como lugar de producción de conocimiento, lo que se hace desde una cierta mirada. De acuerdo con Sandra Harding (1996), hay 3 vertientes en la epistemología feminista; en primer lugar, está el feminismo empirista, que busca reconstruir los objetivos originales de la ciencia moderna: buscar una ciencia revisada; en segundo lugar, tenemos el feminismo del punto de vista, enfocado en la actividad generizada y la experiencia social; finalmente, las críticas posmodernas, que se oponen a los objetivos del feminismo empirista, pues constituyen una multiplicidad de propuestas críticas. Para este trabajo, nos enfocaremos en esta última, y tomamos como referencia a Donna Haraway (1995) y su propuesta de los conocimientos situados.

El feminismo y el activismo, que Haraway (1995) define bajo el término “nosotras”, refiere un sujeto histórico colectivo con capacidad de desafiar los cánones epistémicos. Por otro lado, el análisis de la violencia estructural (Jiménez, 2012) parte de la experiencia de vida de las mujeres, se enfoca en la satisfacción o no de las necesidades humanas básicas como resultado de procesos de estratificación social y formas de violencia directa.

Es necesario ver la multiplicidad de formas de violencia que produce el régimen heteropatriarcal. El concepto “violencias de género” (en plural) sirve para no invisibilizar todas aquellas que tienen su origen en una visión estereotipada de los géneros y en las relaciones de poder que esto conlleva o en las que se basan (Biglia y Jiménez, 2015: 27).

La noción de biopolítica de Foucault gira entorno a la concepción de poder, la idea de población se modifica desde este ámbito como un asunto político que necesita ser administrado y controlado por el Estado. El cuerpo biológico queda a la reacción del poder estatal tanto en nivel micro como macro política para maximizar, expropiar las fuerzas humanas y optimizar su utilidad. El enfoque biopolítico muestra el ejercicio de dominación y violencia en los escenarios de despolitización de la colectividad; aquí se debe diferenciar política (como ejercicio gubernamental) y lo político (como el imaginario social donde la sociedad civil actúa). Las multitudes humanas y sus conductas están gobernadas bajo flujos de información estratégica para clasificar cuerpos en: útiles, dóciles e inservibles, donde el único sujeto servible al poder es el cuerpo gobernable.

La teorización de lo social es esencialmente feminizada en este punto, pues existen huecos que no analizan de forma concreta la realidad desde el género. La teoría de Foucault no es un reglamento, es deconstructiva de la realidad. Así Araiza y Vargas (en prensa) afirman que la idea de dispositivo sirve como antecedente teórico para enmarcar la realidad y la función estratégica dominante. De igual forma el dispositivo (foucaultiano) incluye cosas discursivas y no discursivas siempre a partir de relaciones de poder y saber.

De acuerdo con lo anterior, podemos decir que la violencia es una biopolítica de género, es control de los cuerpos, de los discursos, implica la mantención de cautiverios y el impedimento de las distintas resistencias a las violencias de género. El sexo es una herramienta dentro de la mecánica del micropoder de los cuerpos (vigilancia, exámenes médicos, control jurídico) que busca el control social de los cuerpos, un acceso a la vida y a la especie. Es punto de inflexión en la regulación de poblaciones, organiza la gestión de la vida; por lo tanto, existe una ausencia del corpus feminista dentro del análisis del cuerpo y sexo, si bien la teoría de Foucault es herramienta esencial para la evolución del pensamiento feminista, en ella no se observa la importancia de la diferencia sexual.

Por otro lado, Mbembe (2006) en su noción de necropolítica plantea el análisis del poder y capacidad de decisión de quién vive y muere a partir de la biopolítica; la política gubernamental funciona como un dispositivo de aniquilación de la ciudadanía. La necropolítica es la cosificación del ser humano dentro del capitalismo, que explora las formas mediante las cuales las fuerzas económicas e ideológicas del mundo moderno mercantilizan el cuerpo, lo convierten en mercancía desechable.

### 3. Cuartos conectados y redes sociales digitales

Lo público, tanto a nivel de administración de los recursos comunes como de gestión de la vida, ha sufrido una transformación considerable en la era digital. Lo político, como espectro de acciones ciudadanas de organización y resistencia, a su vez, ha encontrado en la virtualidad un catalizador de la acción colectiva de múltiples grupos. Aquí nos interesa lo que tal transformación ha significado para las mujeres, como cuerpos dóciles para el Estado, y como movimiento social *glocal* que resiste cotidianamente a las violencias machistas tanto en el ámbito privado como público.

Entendemos este fenómeno en una clara dimensión política, pero también epistémica, dado que la forma particular de las mujeres de ocupar el ciberespacio responde a su modo de comprensión del mundo, del poder, de la virtualidad y de la política misma. Proponemos un análisis en 5 aspectos fundamentales: 1) sociedad red feminista, 2) cibercultura interconectada, 3) epistemología digital feminista, 4) redes sociales digitales como cuartos conectados, 5) acción colectiva en red.

La revolución tecnológica de infocomunicación ha tenido distintas etapas, a partir del origen de Internet en la década de los sesenta por la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa (DARPA). La arquitectura de red es simple, se basa en la descentralización, implica miles de nodos capaces de conectarse más allá de las barreras electrónicas, es una red de comunicación horizontal.

Internet es producto de la sociedad, de los individuos, pero a su vez tuvo la capacidad de cambiar a la sociedad. Fue impulsado por la lucha militar entre EUA y las demás potencias mundiales, pero fue desarrollado por científicos, por lo que se siguió el principio de comunicación autónoma y libre, lo que no significa que dentro de la misma pueda existir poder y control. Internet en palabras de Castells (2005) es una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos, es comunicación, interacción y organización social; puede mirarse a partir de 5 puntos: 1) es investigación universitaria y militar, 2) no fue un producto de ganancia empresarial, 3) es una arquitectura informática abierta y de libre acceso, 4) es creada por una red de cooperación científica mundial, 5) internet es autogestora.

Ahora bien, la cibercultura comienza con la masificación de Internet como tecnología de interconexión, a partir de la década de los noventa. Es decir, Internet en sentido amplio implica 3 cuestiones: 1) la tecnología informática de comunicación autónoma y horizontal; 2) la World Wide Web, que define protocolos técnicos

que permiten el acceso común; 3) la extensión del espacio social, a partir de la web 2.0, que permite la interacción, la extensión e interconexión de las vidas de los sujetos.

La web 2.0 permitió la portabilidad de dispositivos con múltiples funciones a través de la red, los dispositivos móviles permitieron según Pardo Kuklinski (2007) crear plataformas para el entretenimiento, la gestión de la información, el consumo de medios, la producción de contenidos multimediales y el fortalecimiento de las redes sociales.

La noción de cibercultura define un conjunto de sistemas culturales surgidos en conjunción con dichas tecnologías digitales. Lévy (2007) parte de la idea de cultura no de forma simbólica, sino como el conjunto de técnicas, artefactos, entornos materiales y conocimientos, enfocados en las tecnologías y su desarrollo, que han traído la construcción de patrones culturales. Dentro de la cibercultura cada sujeto en el ciberespacio crea itinerarios sociales, epistemológicos y políticos, cuando se transita, se apropia de lugares (redes sociales digitales), se interviene en la esfera social, se crean vínculos afectivos, a través de “cuartos conectados”, que a su vez plantean una reconfiguración de cómo ocupamos (habitamos) el espacio público-privado.

El cuarto propio conectado es un concepto de Remedios Zafra (2010), heredero de la “Habitación propia” de Virginia Woolf (1928), que propone un análisis de la cultura digital, es una forma de explicar la conexión en red, el espacio público *online* que rearticula tiempos desde las terminales (PC, tableta, consola, teléfono móvil). Este espacio propio para cada cual se configura como particular centro de operaciones de nuestra red y de nuestra vida *online*, en consecuencia, también como laboratorio y estudio. Es decir, todas y todos participamos de este nuevo espacio colectivo *onlife*, pero de manera personalizada, no en masa, sino como agentes. La idea del cuarto propio se entiende desde nuestra habitación, nuestro espacio seguro de intimidad, como ese lugar que habitamos y hacemos nuestro. De acuerdo con Zafra, “la intimidad del cuarto propio conectado nos sitúa en la relajación propia de un contacto siempre profiláctico, lejos de los peligros materiales de la contaminación, de las enfermedades, de la procreación, de los compromisos, de la reproducción de la vida diaria y sus normas colectivas, aunque más que nunca regido por el deseo” (Zafra, 2010, p. 18).

Nuestro espacio conectado dentro de las redes sociales digitales permite construir multitudes, mapas visibles, materialidad encarnada e imaginarios colectivos. Los cuartos conectados son escenarios del control de la vida, de los cuerpos, a la par abren espacios de libertad y autónomos en la medida de lo posible, son públicos-privados, y de intervención de lo político de manera constante. Como dice Zafra, “el contexto del cuarto propio conectado favorece la evasión, el orden, la distancia. El cuarto propio conectado nos protege sin aislarnos. Entre tanto, nuestros avatares están posicionados como agentes más valientes que nosotros, intermediarios, protagonistas de la vida que queremos vivir o con la que otros viven” (Zafra, 2010, p. 66). Esta ambigüedad o ambivalencia es característica de la condición posmoderna, de la que el *cyborg* de Haraway es ejemplo elocuente, pues para la autora lo *cyborg* no sólo es la subjetividad política post-apocalíptica, sino también la representación de la “informática de la dominación” (Haraway, 1995), o sea, la economía bio-geo-tecno-política de la era de la información, una estructura de relaciones diferenciadas en razón del sexo-género, la raza y la clase en el “circuito integrado” dentro del desarrollo tecnocientífico y el capitalismo cognitivo.

#### 4. Conexión *onlife*: activismos feministas

En las últimas décadas hemos observado una evolución considerable en las formas de organización y participación política, derivadas de la reconfiguración del capitalismo en su forma neoliberal y la consiguiente reducción de Estado como proveedor de servicios públicos, así como de la crisis de lo político que supuso el cuestionamiento de los principales esquemas de organización política de la era moderna: sindicatos y partidos políticos.

A su vez, la emergencia y popularización del ciberespacio han abierto posibilidades para la actividad política, misma que Rovira (2016) divide en dos grandes tipos: activismos *online* y multitudes conectadas. El primero se refiere a los grupos activistas históricamente organizados, que ya existían antes de Internet y que con la emergencia del ciberespacio encontraron una oportunidad de figurar en un mapa global y virtual de lucha política; como ejemplo de esto están el feminismo, el ecologismo y el anarquismo, que a través de grupos y organizaciones desde la década de los noventa ocuparon el ciberespacio para difundir sus ideas. El segundo se refiere a las formas políticas, digamos, herederas de la web 2.0, las que se despliegan en las redes sociales, sin las cuales no habría sido posible conectar grandes cantidades de personas en torno a fenómenos y acciones específicas en tiempo real; como ejemplo podemos mencionar las coyunturas políticas posteriores a la crisis económica del 2008, como serían la Primavera Árabe, el 15M y *Occupy Wall Street*.

Por otro lado, consideramos que, dado el carácter no solo social, tecnológico, cultural, sino también epistémico de la revolución digital, con ésta se ha hecho evidente que la lucha política es siempre una disputa por el conocimiento, por los espacios y códigos de representación. Esto quizá es más evidente ahora, gracias a las teorías críticas de la era posmoderna: postestructuralismo, feminismos, poscolonialismo y decolonialidad, pero hoy podemos mirar la historia política de la humanidad también desde esta perspectiva. En todo caso, lo que aquí nos importa es cómo en la actividad política en Internet se juegan las formas de organización y relación, lo mismo que los esquemas de pensamiento.

Y no solo eso, la propia digitalidad ha abierto una nueva frontera en el proceso de hominización, lo que de acuerdo con Lévy (2004) es un asunto cognitivo. La “inteligencia colectiva”, sostiene nuestro autor, es una potencia de la era digital que perfila un “espacio de conocimiento” en el que todas y todos, como humanos somos convocados a definir qué y cómo queremos ser. En su análisis de lo posthumano, Braidotti (2015) sugiere algo similar, con su idea del “devenir”, como aquello que está por definirse en términos del tipo de humanos que podamos llegar a ser a partir de las tecnologías digitales y del cuestionamiento de humanismo occidental.

Ahora bien, otra cualidad de lo político en la era posmoderna es su feminización, entendida como la incorporación de los atributos, perspectivas y formas femeninas a la concepción y acción política. Por ello, hay un fuerte énfasis en las cuestiones afectivas o emocionales, que habían sido desterradas por la mirada masculina y racional característica de la modernidad. Sin duda, esto es producto de la histórica lucha del feminismo por construir otros marcos de referencia para analizar el mundo, lo que ha tenido tal impacto en la teoría social contemporánea que hoy se habla de “giro afectivo”, en gran medida -aunque no únicamente- gracias al feminismo.

Esta exploración afectiva implica una mirada encarnada, centrada en la subjetividad-corporalidad “afectada”, o sea cargada de afectos, pero también de afecciones. Es decir, la perspectiva de las mujeres sobre el mundo refiere una emocionalidad particular ante el acontecer, al mismo tiempo que invita a reconocer los efectos negativos del mismo. El activismo feminista *onlife* al que asistimos actualmente está centrado en atender la violencia machista como una de las principales afectaciones del sistema patriarcal que sufren la mayoría de las mujeres (niñas y jóvenes primordialmente), precisamente en la doble dimensión *offline-online*.

La histórica lucha feminista abarca distintos aspectos de las múltiples reivindicaciones de las mujeres, en una espiral en la que se agregan demandas y señalamientos en función del análisis cada vez más profundo y complejo que se hace del sistema sexo-género, pero reafirmando los reclamos antiguos sobre los que no parece haber avance. Hoy hablamos de feminismos en plural dado el carácter diverso de las posiciones y prácticas en las luchas de las mujeres en un gran espectro geográfico, cultural, de edad, ideológico, etcétera. Pero no podemos soslayar el hecho de que, en estos momentos, el tema de la violencia de género sea urgente, debido al recrudecimiento de la misoginia que se observa como detonadora del incremento de los actos violentos contra las mujeres, la mayoría de los cuales están tipificados como delitos: violación, acoso sexual, feminicidio, trata de personas con fines de explotación sexual, desaparición forzada, violencia doméstica.

Así, una buena parte de los activismos feministas *onlife* tiene que ver con los actos violentos contra las mujeres, mismos que son desestimados por las instituciones de procuración de justicia, difundidos en los medios como gesto necropolítico espectacular, subestimados por una buena parte de la población (incluidas las mujeres), y en donde, encima la respuesta feminista es percibida como exagerada, cuando no violenta. Y ni hablar de las violencias machistas *online*, en el sentido de la específica legislación y procuración de justicia que requiere el ámbito digital, en el que -por ejemplo- aquellas se expresan como apología de la violencia (apología del delito) machista o feminicida.

## 5. Activismo feminista *onlife*

La construcción de conocimiento no tiene dirección, ni una posición única, es parcial. Haraway (1991) menciona que somos sujetos múltiples que interpretan, traducen, desde lo parcial, lo encarnado, en el de recordar y mirar parcialmente todo. No es mirar desde ningún lugar, sino estar anclado a varios, para así conocer la posición propia y mirar desde ahí con el objetivo de conectarse con otros.

Un estudio etnográfico implica confrontarse en lo político, metodológico y en lo personal. Es una producción de conocimiento sensible que no solo radica en una operación intelectual. De acuerdo con Restrepo (2016) lo que busca una etnografía es describir contextualmente las relaciones complejas entre prácticas y significados para unas personas concretas sobre algo en particular.

En la era tecnológica, la etnografía se incorpora a espacios digitales. Gómez (2017) describe una etnografía *onlife* como un diseño metodológico que apunta a la observación de cotidianidades, de discursos, de formas, emociones e interpelaciones personales en el ciberespacio. Nuestro diseño metodológico cuestiona, incorpora y se pregunta por el rol de lo *on* y *off line*, como objetos e instrumentos de investigación que se (re) construyen en múltiples espacios, pues nuestro objeto de estudio transita en ambas direcciones.

De esta forma, el diseño metodológico para el activismo feminista *onlife* dialoga y se ancla en varios puntos para analizar la política feminista que mire las cotidianidades, visibilice la autogestión de Internet, su radicalidad de pensamiento, y desde la epistemología feminista (Haraway, 1992), obtenga su posicionamiento político, una objetividad situada y una conexión parcial.

Nuestro estudio etnográfico *onlife* es una iniciativa por analizar de distinta manera la práctica política digital de las activistas en dos espacios: 1) las manifestaciones feministas en la calle, y 2) la interacción feminista en las redes sociales digitales a través de la autocrítica.

La primera decisión fue mirar desde el propio terreno, lo que pasaba con la movilización feminista contra la ola de violencias de género. Si bien Internet nos permitió observar las prácticas de las personas en su día a día, el reflejo de éstas en la calle debía ser comparado con lo que se observaba en las redes sociales digitales. La etnografía se estructuró en dos espacios: Twitter y las movilizaciones feministas en México. El trabajo de campo se hizo de enero a marzo de 2019. Las narrativas etnográficas se organizaron a partir de la observación diaria de los discursos y mensajes que se publicaban en Twitter y de los diarios de campo en el seguimiento de las movilizaciones (8M). La siguiente decisión fue construir nuestro esquema etnográfico a partir de las principales temáticas que se visibilizan en nuestros datos, lo cual nos dio pauta para construir categorías de análisis sobre todo aquel contenido que fuera relacionado con el activismo contra la violencia de género.

El análisis etnográfico *onlife* se organiza en tres categorías: a) acciones directas, b) identificación colectiva y c) identificación afectiva. Estas categorías nos ayudan a distribuir la aplicación del estudio y la relaciona con la teoría que le antecede en este texto.

### 5.1. Acciones directas

Esta categoría organiza toda aquella práctica discursiva que relacione la manifestación feminista, no sólo la movilización del 8M -al menos es la mirada en estos resultados- sino también es producto de un trabajo que ha durado años, realizado por las activistas y desde los colectivos en cada espacio. En nuestra etnografía *onlife*, se pueden mirar experiencias organizadas desde la red, con repercusiones fuera de ella; una de ellas es de inicios de 2019, y fue la respuesta a los intentos de secuestro que se presentaron en las inmediaciones de estaciones de metro de la Ciudad de México. Las noticias al respecto fueron visibilizadas primeramente en redes sociales digitales, desde las más personales en Facebook, hasta el relato acontecimientos, las denuncias y llamando a la organización para el cuidado entre mujeres, en Twitter. La respuesta del gobierno de la ciudad, a los más de 50 testimonios en redes sociales digitales sobre los acontecimientos, fue que no eran denuncias concretas, a lo que una de las activistas, @Utopia\_Urbana (30, enero, 2019) respondió:



El descontento fue claro, como si fuera una marcha del 8M en las calles -no puedo dimensionar distancias, pero podemos decir que era bastante largo el recorrido, en medida que avanzábamos veía más particularidades, otros contingentes con denuncias de acoso universitario, juntas, organizadas, visibilizando con pintas, con la diferencia que eran caracteres. Una multitud de mujeres empezó a denunciar los intentos de secuestro como respuesta a los discursos de minimización de las violencias de género; pero en medida que

se publicaban testimonios, algunas decidieron darles mayor visibilidad a las denuncias, la activista @Dana\_Corres (30, enero, 2019), fue una de las que replico la iniciativa desde la red:



En las redes sociales digitales queda claro que las multitudes se conectan para organizarse, como se ve en las nuevas acciones colectivas; el activismo feminista, es una acción directa cíclica, que se rehace, pero nunca termina; y empezamos a notar las pintas a todo espacio público, bancas, banquetas, estatuas, fuentes, pisos, ventanas y por todo el lugar por el que se pasará. Las consignas coincidían con lo que se había visto en días anteriores en redes sociales digitales: a favor del aborto, contra el Estado, el aparato patriarcal, y por una sexualidad libre.

El movimiento feminista en la ciudad de México es un caso particular, pues es un punto de manifestación continua, pero no comparable en otros lugares del país, este año -en nuestra perspectiva- el activismo feminista ha llegado a puntos desconocidos, donde la movilización era impensable hasta hace 4 años, como es Pachuca, una ciudad que se caracterizaba por no manifestarse, pero la movilización llegó desde inicios de año, con un movimiento de rodada feminista que se había organizado por las activistas de la ciudad. En estas movilizaciones se puede ejemplificar particularidades individuales y colectivas, en un punto donde la movilización apenas empieza, pero se vislumbra un posicionamiento político (Haraway, 1991) claro y explícito, aun cuando en la ciudad, en el espacio físico sean diez, cien o miles protestando.

Las acciones directas y los posicionamientos políticos no se miden en cifras, sino por espacios de politización, posicionamientos críticos y reconocimiento de las activistas no como un sujeto político único, sino como multitud (Negri y Hardt, 2004) cambiante, distinta y desde la diferencia inmediata. Esta categoría muestra acciones directas que se desterritorializan, pues se observa desde las denuncias de secuestros en el metro de la Ciudad de México en Twitter -una acción que fue de lo *off* a lo *on*- y las movilizaciones en Pachuca que se contagiaron del movimiento feminista nacional en redes -otra acción que fue de lo *on* a lo *off*- acciones políticas con direcciones libres pero concretas.

## 5.2. Identificación colectiva

Habitar las redes sociales digitales se ha dado a partir de internet y la web 2.0, se ha pasado de solo ser un instrumento de conexión u organización, para ser un espacio de habitar la protesta. Nuestra observación arrojó tanta información que era necesario agruparla para darle un significado en conjunto, esta categoría nace desde esos discursos que forman colectividad en una objetividad situada (Haraway, 1991) pues no buscan una verdad universal, sino una concreta y comprometida.

Las activistas contra las violencias de género son en mayor medida globales, con incidencia en las individualidades, visibilizan palabras y acciones que generan discursividades de reivindicación. En México como a nivel global, las redes sociales digitales son lugar de observación mundial a segundos, conectando los cuerpos con las palabras y las calles. En nuestra observación las redes sociales digitales son fenómenos sociales adelantados en segundos, se tiene que analizar en velocidad, los Tweets existen o desaparecen a cada instante. Las posturas políticas son múltiples aún y en el feminismo, las realidades son variadas, localizables e interseccionales. soy\_sputnik (27, enero, 2019) es una muestra:



Esto es un ejemplo de las posturas políticas en perspectiva *onlife*, pues no son tibias, no son verdaderas, son miradas desde muchos puntos que puedan permitir conectarse los puntos de vista con las realidades dentro y fuera de la red. El activismo feminista se conecta y desconecta a ratos, a momentos de la red para mostrar la ambigüedad de las experiencias de las mujeres y construir unas posturas políticas más colectivas, adecuándose a la realidad en segundos.

La identificación colectiva muestra el apoyo feminista a partir del proceso de la denuncia en las redes, donde se construyen afectos, críticas y movilizaciones. Esta categoría se define en la identidad y la colectividad, por la serie de discursos en Twitter describen a las activistas no como un sujeto único, pero sí colectivo, y en palabras de Haraway (1991) con una objetividad situada con una identidad parcial comprometida.

### 5.3. Identificación afectiva

La categorización supone un ejercicio de interpretación desde las redes sociales digitales a partir del contenido activista. Twitter es nuestro escenario principal -por dar mayor protagonismo al discurso colectivo-. La discursividad en Twitter nos permitió realzar los activismos en México, donde se trató de visualizarlos, primero en las principales temáticas que el diseño metodológico permitió, para luego distribuir el análisis en estas categorías.

El activismo feminista en México trabaja y se visibiliza en un terreno lleno de violencias de género a cada instante, de igual forma el trabajo de las mujeres en redes sociales digitales se describe en varios puntos; uno de ellos es la afectividad, vista en un sin número de Tweets que nos mostraban el compañerismo en la acción política. La categoría de identificación afectiva nace de relacionar discursos que: 1) permitían a las activistas conocerse en las movilizaciones; 2) crear redes de colaboración; 3) formar colectivos con lazos fuertes; 4) visibilizar discursos de acompañamiento; y 5) permitir movilizaciones más conectadas.

Twitter, en nuestra observación, fue una red que nos dio una perspectiva narrativa y discursiva que solo la etnografía podía ver, pues en su contexto digital, la comunicación entre mujeres en un inicio solo era conexión digital, pero a la vez creaba redes de afectividad a través de experiencias personales que identifican a muchas más en la red. Términos como amiga, compañera, organización, calle, acercar, intercambiar, empatía, apoyo, exponen la afectividad en los activismos; @despicleada (30, enero, 2019) activista mexicana, menciona lo siguiente:



Las redes sociales, como muestra el tweet anterior, son las que generan contenido discursivo que permite a las activistas descubrir colectividades afectivas contra las violencias de género. En México se han abierto

debates de todo tipo, desde el contenido virtual, pues ahí se han originado contrastes de la realidad que no se podrían matizar. La criminalización de la protesta feminista sigue en discusión, pero el activismo en redes expone eventos (casos de violencia, feminicidios, testimonios, fotografías) que han hecho que la mirada de la población se dirija a la verdadera problemática. Esta investigación nos llevó a presentar la mirada y palabra de las mujeres en la protesta, específicamente esta categoría muestra la relación afectiva de los activismos, la esencia del feminismo, el compañerismo y el aporte de la colectividad feminista en situaciones de violencias de género; @LuchadorasMX (25, enero, 2019) es un colectivo feminista que trabaja en redes sociales digitales y que menciona el objetivo del feminismo:



El feminismo tiene el objetivo de acabar con los privilegios, el sistema y su estructura. Pero también busca acompañar, estar, denunciar y organizarse en colectivos. Acciones que se observan continuamente en la doble dimensión *offline-online*. La afectividad traspasa espacios, Los activismos contra las violencias de género son una lucha incesante, que ya de inicio es difícil, pero que siempre da lecciones de resistencia desde el afecto, desde la conexión parcial (Haraway, 1991), de los vínculos en el proceso.

## 6. Conclusiones

La política es una batalla constante por el sentido, por ello tiene un fuerte carácter narrativo. Los relatos nunca cesan de producirse y recrearse. Los sujetos tampoco terminan de definirse o agruparse, son distintos, pero con capacidades políticas conjuntas. Por eso, el concepto multitud es pertinente, pues habla de un cuerpo político capaz de actuar en común desde las singularidades para regirse a sí mismo. Hardt y Negri (2004) la definen a la multitud como carne viva que se gobierna a sí misma y el único sujeto social apto para la democracia, es decir, el gobierno de todos por todos.

La multitud también es interseccional, en ella convergen grupos cuyas reivindicaciones (de clase, raza y género) forzosamente se cruzan, y -de hecho- abren posibilidades de diálogos más amplios sobre todos los aspectos de la vida, incluso el conocimiento y los afectos, pues en este mundo de diferencias el deseo de la multitud es crear un espacio donde se puedan expresar libremente todas esas identidades. La multitud habla de múltiples lugares, de capacidad de acción política desde la diversidad y de una constante crítica de la misma. Se despoja de las diferencias para al mismo tiempo hacer de ellas su fuerza para transformar al mundo radicalmente (Hardt y Negri, 2004)

En la era digital, es en los espacios íntimos donde nos sentimos más libres, donde las multitudes se configuran desde la diferencia y la distancia, en el anonimato el sujeto colectivo desaparece, para crear una multitud inteligente. Rheingold (2004) analizaba las primeras movilizaciones sociales que utilizaban mensajes SMS en sus repertorios de acción, así cada usuario era una emisora, un nodo de una red amplia de comunicación que no se puede controlar. Se construyen multitudes inteligentes como medios, con propia conciencia del movimiento hacia un objetivo común y se superan restricciones físicas. La multitud se entendería no como efecto del sistema tecnológico, sino como una especie de la tecnología misma (Rheingold, 2004). Las multitudes inteligentes serían consecuencia de que la gente tuvo acceso a la tecnología móvil y sus usos sociales, pues se produjo una alfabetización digital global y, de alguna manera, una educación política, de ahí la idea de que cada persona en el mundo es -virtualmente- un activista unido en el espacio tecnológico.

Por ello, los nuevos actores colectivos en la segunda década del siglo XXI emergen desde la movilización social y comunicación digital. En la perspectiva de Rovira (2016) se concentran en multitudes conectadas, las cuales constelan otro mundo posible en el aquí y el ahora. Estas constituyen espacios de prefiguración, en apropiación de herramientas digitales crean sinergia entre cuerpos y extensiones tecnológicas de manera performativa. Su lógica es en red, de acceso libre, de la posibilidad del anonimato, de la creación de multitud

en las plazas y en las redes sociales digitales, es un ejercicio de política emancipatoria. Las redes se reconfiguran, monitorean, vigilan.

Las multitudes feministas, por su parte, han jugado un papel importante en la configuración de una política digital, antes, ahora y en el futuro. Las multitudes son inteligentes y están conectadas, pero también son habitadas, constituyen espacios íntimos y abiertos sin fronteras en lo *online* y lo *offline*. Habitar significa crear en la diferencia, en la crítica, en los posicionamientos parciales como espacios con protección, pero sin aislamiento. Las multitudes habitadas son personalizadas en sus espacios íntimos.

Las multitudes habitadas son la idea, en primera instancia, de un concepto que entiende la acción política como cotidianidad y personal, que está construida a partir de la teoría, práctica y crítica feminista. La política feminista, a su vez, se habita con acciones políticas desde el afecto y la sororidad, que se configuran a partir del dolor, la discusión, el conocimiento, la intervención y la idea de resistencia frente a las violencias estructurales y de género.

La conexión feminista en sentido *onlife* (Floridi, 2015) transita en una política de la constante crítica interna y externa, en unas multitudes con cuerpos conectados y reestructurados. En México, las activistas habitan todo espacio que dé una oportunidad de resistir a las estructuras patriarcales. Internet es el espacio social ideal de la interacción inmediata y de la discursividad constante. Lo tecnológico es político, razón por la cual puede y debe habitarse, y el feminismo lo entiende como herramienta epistémica, para pensar la experiencia de las mujeres, su transformación y la creación de espacios más libres, críticos y resistentes.

## 7. Referencias

- Amigot, P. y Pujal M. (2006). Ariadna danza: lecturas feministas de Michel Foucault. *Athenea Digital*, 9, 100-130.
- Araiza, A. y Vargas, F.C. (en prensa) ¡Vivas nos queremos! Claves teóricas sobre la violencia feminicida. *Athenea Digital*.
- Arévalo, A. [@soy\_sputnik]. (23 de agosto de 2017) Advertidos los demás que en esta cuenta se habla de: Feminismo y rants generales Crushes Memes Literatura Mala poesía Booktube Perreo [Twitter post]. Recuperado de [https://twitter.com/soy\\_sputnik/status/900418571154706432?s=21](https://twitter.com/soy_sputnik/status/900418571154706432?s=21)
- Biglia, B y Jiménez, E. (Coord.) (2015). *Jóvenes, género y violencias: hacemos nuestra la prevención*. Barcelona: Ed URV.
- Braidotti, R. (2015). *Lo posthumano*. Barcelona: Gedisa.
- Carmen [@Utopia\_Urbana]. (30 de enero de 2019) El @MetroCDMX se lava las manos publicando un comunicado para exhortar a denunciar los episodios de violencia contra mujeres y niñas. Los múltiples diagnósticos que ellos tienen y que se pagaron con dinero público señalan por qué no se denuncia. Es su deber corregir esto. [Twitter post]. Recuperado de: [https://twitter.com/utopia\\_urbana/status/1090575097818161152?s=21](https://twitter.com/utopia_urbana/status/1090575097818161152?s=21)
- Castells, M. (2005). Sociedad de la información y cultura mediática. Dossier, 1-59. Recuperado de <http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellscap5.html>
- Castells, M. (2001) Epilogue: Informationalism and the network society. En Himanen P. *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House Inc.
- Chilling Adventures of Dana [@Dana\_Corres]. (30 de enero de 2019) Hola. Necesito que me ayuden a compartir esto. Buscamos mujeres que hayan sufrido intentos de secuestro en instalaciones de @MetroCDMX o en la calle. Buscamos mapear y sistematizar estos datos. ¿Me ayudan? [Twitter post] Recuperado de [https://twitter.com/dana\\_corres/status/1090409104668008453?s=21](https://twitter.com/dana_corres/status/1090409104668008453?s=21)
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1.
- Despíxeleada [@despíxeleada] (30 de enero de 2019). Las redes de mujeres son las que permiten que México se sostenga: son las mujeres las que cuidan, las que buscan justicia, las que hacen un mix de actividades que el Estado omite. Sobrevivimos a pesar del Estado y de la cultura de feminicida. No a la política de miedo. (Twitter post). <https://twitter.com/despíxeleada/status/1090717681127473156?s=21>
- Gómez, E. (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis*, 8 (16). 77-98.
- Floridi, L. (ed.) (2015). *The onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Suiza: Springer.
- Haraway, D. (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.

- Harding, S. (1995). *Ciencia y feminismo*. Madrid: Morata.
- Hardt, M. y Negri, A. (2004). *Multitude: war and democracy in the age of Empire*. New York: Penguin University Press.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura*. Barcelona: Anthropos.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Luchadoras [@LuchadorasMX]. (25 de enero de 2019) “Una de las cosas que más le agradezco al feminismo es que a través de esta red, nos arropamos.” @CynthiaHijar #JuntasSomosMásFuertes. (Twitter post). Recuperado de <https://twitter.com/luchadorasmx/status/1088616185480892416?s=21>
- Mbembe, A. (2006). *Necropolítica*. Barcelona: Melusina.
- Pardo Kuklinski, H. (2007). Nociones básicas alrededor de la Web 2.0. En Cobo Romaní, C. y Pardo Kuklinski H. *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. México: Flacso México.
- Restrepo, E. (2016). *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Bogotá: Enviñón Editores.
- Rheingold, M. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Rovira Sancho, G. (2016). *Activismo en red y multitudes conectadas*. México: UAM-X/Icaria.
- Rubin, G. (1975). El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo. *Revista Nueva Antropología*, 8(30), 95-145.
- Zafra, R. (2010). *Un cuarto propio conectado. (ciber) espacio y (auto) gestión del yo*. Madrid: Forcola Ediciones.



## LA EMERGENCIA DE INICIATIVAS INFORMATIVAS DE MONITORIZACIÓN POLÍTICA EN EL ENTORNO 2.0: UNA APROXIMACIÓN AL CASO ESPAÑOL

### *THE EMERGENCE OF POLITICAL MONITORING INFORMATION INITIATIVES IN ENVIRONMENT 2.0: AN APPROXIMATION TO THE SPANISH CASE*

**Martínez-Tébar, Laura**

Universidad Complutense de Madrid

laurma30@ucm.es

**Resumen:** Los cambios en la industria mediática han propiciado la aparición de nuevos proyectos periodísticos que, bajo un clima de desafección ciudadana hacia la política y las instituciones representativas, han desplegado estrategias vinculadas a la monitorización política. En este estudio se realiza una investigación exploratoria a fin de indagar en la actividad fiscalizadora de dichas iniciativas. La metodología se basa en la revisión bibliográfica y el estudio de múltiples casos a partir de entrevistas en profundidad a los responsables de Datadista, Fíltrala, Maldita Hemeroteca y Sueldos Públicos. Los hallazgos apuntan a que estamos ante el surgimiento de nuevos medios que, desde una óptica monitorizadora tienen como objetivo mejorar la transparencia institucional y política, posicionándose como alternativa ante el déficit de respuesta por parte de las instituciones públicas, la corrupción y la desinformación política.

**Palabras clave:** monitorización política, comunicación política, desinformación política, innovación periodística, periodismo *watchdog*.

*Abstract: The changes in the media industry have led to the emergence of new journalistic projects that, under a climate of citizen disaffection towards politics and representative institutions, have deployed strategies linked to political monitoring. In this study an exploratory research is carried out in order to delve into the scrutinizing activity of these initiatives. The methodology is based on a literature review and the study of multiple cases based on in-depth interviews with those responsible for Datadista, Fíltrala, Maldita Hemeroteca and Sueldos Públicos. The findings suggest that we are facing the emergence of new media that, from a monitoring perspective, aim to improve institutional and political transparency, positioning themselves as an alternative to the deficit of response of public institutions, corruption and political misinformation.*

*Key words: political monitoring, political communication, political misinformation, journalistic innovation, watchdog journalism.*

## 1. Introducción

### 1.1. Presentación y justificación del tema

El desarrollo de la web 2.0 (Castells, 2009) y el nuevo escenario digital y convergente (Jenkins, 2006), ha abierto el espectro a un nuevo ambiente informativo en el que nuevas iniciativas periodísticas tratan de “ofrecer alternativas viables que conecten con las necesidades de los usuarios y renueven los modelos editoriales y empresariales tradicionales” (García Avilés, Martínez-Costa y González, 2015, p. 412).

Paralelamente, en los últimos años la desafección ciudadana hacia las instituciones representativas y los partidos políticos ha ascendido enormemente en España (Villoria, 2016, p. 278), siendo esta una situación que el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) viene dejando patente en cada uno de sus barómetros mensuales desde el año 2009.

La fuerte desafección ciudadana respecto de la política y sus gestores, la crisis que vive el sector de los medios de comunicación, así como la que sufren los valores primigenios de servicio público, utilidad social y compromiso con la veracidad del periodismo (Amoedo, Arias, Carvajal y Negro, 2015, p. 441), unido al auge de técnicas de comunicación innovadoras en Internet (García Avilés, 2015, p. 131), explican el surgimiento de una serie de proyectos periodísticos como alternativa al ecosistema mediático tradicional y que suponen un nuevo campo de acción en el que “experimentar nuevas prácticas destinadas a mejorar el proceso democrático” (Sánchez Duarte, Bolaños Huertas, Magallón Rosa y Anderica Caffarena, 2015, p.197).

En palabras de López García (2012, p. 30), asistimos a un proceso de “metamorfosis periodística” alrededor de la cual se hace necesario centrar nuestras investigaciones. De ahí la conveniencia y la justificación del presente estudio en el que se pondrá el foco en diversas iniciativas periodísticas a fin de aportar algo de luz a las innovaciones que están teniendo lugar en el nuevo ecosistema mediático.

La presente investigación parte de la consideración del papel fundamental que ejerce el periodismo político para la salud de la democracia y del contexto actual de una creciente irrupción de nuevas formas de comunicación de la información política por parte de plataformas de escrutinio digital. Por consiguiente, nuestra interpretación será planteada desde la óptica de la democracia monitorizada en el marco del auge de un nuevo ecosistema informativo.

**Figura 1.1** Contextualización del problema objeto de estudio



*Fuente: Elaboración propia.*

### 1.2. La monitorización política en el entorno 2.0

El concepto de monitorización política con el que vamos a trabajar de aquí en adelante es aquel que entiende la labor del periodismo como “un proceso que implica el escrutinio de un asunto de interés público y que

utiliza un amplio ambiente comunicativo para denunciar abusos de poder o desajustes del sistema” (Feenstra, 2013, p. 149). Dicho término encuentra su vinculación con el concepto de ‘democracia monitorizada’ desarrollado por Keane (2009) e inspirada en la teoría de ‘monitorial citizens’ de Schudson (1998).

En base a esta definición, la monitorización política tiene por objetivo “mirar atentamente cómo se gestionan los recursos públicos o cómo se produce la toma de decisiones de lo público” (Feenstra, 2012, p. 80). En este sentido, tiene cercanos otros conceptos como ‘vigilar’, ‘controlar’ o ‘realizar un escrutinio público’. Según Casero-Ripollés (2015, p. 545) dicha actividad o labor “permite cuestionar el orden establecido y exigir medidas correctoras de regeneración democrática”.

Por tanto, el concepto de monitorización que venimos planteando halla sus raíces o supone una renovación de la función de perro guardián o *watchdog*, según la cual el periodismo posee una función de control y fiscalización del poder (Enguix Oliver, 2015, p. 1057). Esta visión supone plantear las relaciones entre periodistas y políticos desde la óptica del ‘modelo adversarial’ (Casero-Ripollés, 2008, p. 114) que concibe al periodismo como un verdadero cuarto poder y cuya misión es proteger a los ciudadanos de los posibles abusos de poder político.

Keane (2009) propone que, para que el público pueda actuar políticamente, este requiere de información fiable, ajustada a los hechos, que no desvíe la atención hacia detalles periféricos, que monitoree a las clases políticas con respecto a lo que hacen como a lo que prometieron hacer y, en definitiva, que proporcione conocimiento sobre el funcionamiento del sistema político y evidencie los aspectos en los que falla.

Las iniciativas de monitorización hacia los centros de poder parecen ser abundantes en el contexto político español reciente. La situación de opacidad de numerosas instituciones públicas, junto a la búsqueda de responsables de la crisis económica y política, ha llevado a un reforzamiento de la sociedad civil que se ha especializado en fomentar el escrutinio público (Keane y Feenstra, 2014, p. 51).

Olivar Rojas (2014, p. 76) apuesta por un periodismo en el que el *gatekeeper* “ya no será un personaje metido en una sala de redacción, sino los ciudadanos junto con un cuerpo de periodistas” quienes generarán una opinión pública deliberante y participativa.

### 1.3. Cambios en el panorama mediático: nuevas potencialidades para el periodismo

El enfoque que aquí adoptaremos será el propuesto por Jenkins (2006) quien hace referencia al denominado ‘paradigma de la cultura convergente’, surgido tras la irrupción de Internet y de la web 2.0 y que es el resultado de la convergencia mediática, la cultura participativa y la inteligencia colectiva. Desde una óptica ciberoptimista, la llegada de Internet planteó un escenario que alteró las relaciones entre instituciones, actores políticos y opinión pública (García Avilés, 2015; Sampedro, 2014a). En opinión de Enguix Oliver (2015, p. 2719), esta “nueva etapa de la historia del periodismo político” se erige como un área de especialización clave, sobre todo en el caso de los nuevos medios y los canales emergentes en Internet.

En la última década, España ha asistido a un progresivo crecimiento de cibermedios periodísticos (Salaverría Aliaga, 2017). Según un estudio sobre el perfil de cibermedios periodísticos en España (Salaverría Aliaga, Martínez-Costa y Breiner, 2018, p. 1035), a fecha de marzo de 2018 se identificaron un total de 3065 medios digitales activos<sup>4</sup>. En cuanto al tipo de contenido, un tercio de los cibermedios activos en España ofrecen información especializada (964), de los cuales 29 pertenecen a la categoría de política. Concretamente, la cifra de medios digitales creció en la última década triplicándose.

Según García Avilés, Carvajal y Comín (2016, p. 227), innovar es una condición necesaria en el contexto de debilidad del ecosistema mediático tradicional. En este sentido, el periodismo emprendedor en red se caracteriza por “ser una iniciativa de profesionales de la comunicación que lanzan sus propias organizaciones de medios y desarrollan habilidades de gestión para hacerlas sostenibles” (García Avilés *et al.*, 2015, p. 416).

La innovación periodística (Carvajal, De Lara, García Avilés, Arias y González, 2015) se ha visto consolidada a través de iniciativas que desempeñan tareas relegadas a un segundo plano por los medios tradicionales. Así pues, la innovación “está produciéndose sobre todo en los márgenes de la industria informativa tradicional”.

<sup>4</sup> El número total de cibermedios localizados a fecha de marzo de 2018 en este estudio ascendía a 3431, no obstante, aquí hemos considerado la cifra de cibermedios activos, esto es, aquellos que se habían actualizado al menos una vez en los últimos tres meses.

#### 1.4. Objetivo del estudio

El objetivo general de este estudio es analizar las principales iniciativas informativas de monitorización política surgidas en España en los últimos cinco años.

El propósito final es conocer cómo orientan su actividad a fin de determinar las estrategias que para ello se utilizan.

Los objetivos específicos son:

- Indagar en sus lógicas de funcionamiento, razón de ser, propósitos y perfil de los miembros del equipo.
- Descubrir en qué medida su actividad informativa implica el uso de nuevas fórmulas comunicativas.
- Identificar los valores y los preceptos teórico-normativos sobre los que se sustentan estos proyectos o iniciativas informativas.

Estos objetivos se operacionalizan a través de las siguientes preguntas de investigación:

- PI1: ¿A qué responde el surgimiento de estas iniciativas informativas?
- PI2: ¿Qué valores impregnan la cultura profesional de estas iniciativas?
- PI3: ¿Cómo son los equipos que componen estos proyectos?
- PI4: ¿Bajo qué teorías o modelos encaja su filosofía de trabajo?
- PI5: ¿Qué estrategias llevan a cabo en la elaboración del producto ofrecido?
- PI6: ¿Estamos ante una tendencia que llegará a asentarse en nuestro ecosistema informativo?

## 2. Materiales y métodos

Para abordar los objetivos y dar respuesta a las preguntas anteriormente formuladas, el enfoque adoptado ha sido el de una investigación cualitativa exploratoria. Se ha recurrido a la técnica de estudio de múltiples casos siguiendo el modelo de Yin (2003), con el fin de indagar en el fenómeno centrándonos en el estudio de cuatro iniciativas informativas de monitorización política de reciente creación, tras la previa observación de su existencia en el caso español.

Se trata de un número adecuado de casos para aproximarse a la unidad de análisis con la profundidad deseada -dado el carácter exploratorio del estudio-, y observando al mismo tiempo las recomendaciones de Eisenhardt (1989) de no manejar un número de casos inferior a cuatro. Tal elección se debe a que las iniciativas seleccionadas son de reciente creación y, por tanto, aún no han sido parte de un objeto de estudio pormenorizado en otras investigaciones académicas. Como tal, la finalidad de este estudio ha sido realizar un primer acercamiento al fenómeno.

En una primera fase se ha realizado un estudio de la literatura que ha permitido una primera revisión de las diferentes fuentes secundarias existentes. Tras la oportuna revisión, se constatan numerosos estudios (Casero-Ripollés y López-Meri, 2015; Casero-Ripollés, 2015; Domínguez y Pérez Colomé, 2013; Elías Pérez, 2015; García Avilés *et al.*, 2016.; Keane y Feenstra, 2014; Magallón Rosa, 2014 y Sánchez Duarte *et al.*, 2015) que tratan sobre uno de los casos más paradigmáticos de iniciativa de monitorización política. Se trata de *Civio*, una plataforma fundada en 2011 que, a partir del periodismo de datos, promueve la transparencia, la rendición de cuentas a las instituciones públicas y el libre acceso a los datos públicos.

No obstante, estas y otras fuentes han constatado que, si bien estamos ante un tema de interés y de actualidad, al ser proyectos de reciente creación, no abundan (o en algunos casos ni existen) investigaciones que profundicen en la actividad desempeñada por el resto de las iniciativas informativas que operan desde la óptica de monitorización política.

Para superar este obstáculo, en una segunda fase, el instrumento seleccionado para llevar a cabo el estudio sobre este fenómeno ha sido la realización de entrevistas en profundidad a partir de un guion de preguntas semiestructuradas con los responsables de cada medio.

### 2.1. Selección de los casos de estudio

La selección de los casos ha sido intencional o de selección racional, por lo que se ha hecho teniendo en cuenta dos criterios específicos:

- Medios nativos digitales de reciente creación (en los últimos cinco años) que destacan por la producción de contenidos a partir de la reutilización de información procedente del sector público (registros públicos, informes de organismos públicos, documentos políticos, estadísticas, legislación, intervenciones públicas y el resto de normativa pública).
- Haber observado en el medio elegido alguna de las características descritas en el desarrollo del marco teórico.

## 2.2. Participantes

Componen los casos de análisis los siguientes medios: *Datadista*, *Fíltrala*, *Maldita Hemeroteca* y *Sueldos Públicos*. Los participantes de las entrevistas fueron, respectivamente: Ana Tudela y Antonio Delgado, Stéphane M. Grueso, Julio Montes y Carles Torrijos.

## 2.3. Procedimiento

Para realizar el análisis de las plataformas anteriormente mencionadas se ha utilizado como principal fuente de información las entrevistas en profundidad realizadas a sus responsables, ya que la intención era ahondar de manera flexible en el sujeto entrevistado, buscando comprender sus opiniones, motivos y actitudes a través del sentir de estos, es decir, desde su perspectiva. Al realizarse a partir de un guion de preguntas semiestructuradas se tiene la oportunidad de “modificar el guion preestablecido a lo largo de la entrevista para aprehender aquellas cuestiones no previstas que van surgiendo y que pueden arrojar luz sobre aspectos importantes de la temática en estudio” (Fondevila Gascón y Del Olmo Arriaga, 2013, p. 147).

Las entrevistas fueron realizadas entre los meses de abril y mayo de 2018<sup>5</sup> con los responsables de los diversos proyectos informativos objeto de estudio. En los casos de *Datadista*<sup>6</sup> y *Sueldos Públicos* las entrevistas se realizaron vía Skype, mientras que en los casos de *Maldita Hemeroteca* y *Fíltrala* se realizaron de forma presencial.

Complementariamente, también se ha contado con aquella información derivada de la actividad de estas iniciativas en la red y aquella extraíble de diversos documentos publicados por las mismas.

Una vez realizadas las entrevistas, estas fueron sometidas a un procedimiento que constaba de cuatro fases:

- Transcripción de las entrevistas
- Lectura inicial de las transcripciones para señalar indicios
- Análisis del material
- Tratamiento de resultados e interpretación

## 2.4. Guion de las entrevistas

Las cuestiones que guiaron las entrevistas fueron planteadas con el objetivo de profundizar en los siguientes aspectos:

1. Nociones sobre el periodismo y política, roles e identidad profesional
2. Visión de la transparencia de las instituciones en España
3. En cuanto al proyecto informativo
4. Organización del trabajo y modelo de negocio
5. Sobre el proceso de producción y distribución de la información
6. Valoración y perspectivas

## 3. Resultados

A continuación, presentaremos los resultados del trabajo en seis apartados correspondientes con los bloques de las entrevistas en profundidad y, en suma, con los objetivos del estudio.

<sup>5</sup> El trabajo de campo se realizó en el primer semestre de 2018 y, por consiguiente, los cargos y ocupaciones de los entrevistados, así como la actividad desempeñada en cada proyecto puede variar en la actualidad. No obstante, esta investigación muestra una foto fija de lo que acontecía en el momento en el que se realizó la investigación.

<sup>6</sup> En el caso de *Datadista*, la entrevista se realizó conjuntamente con los dos responsables del proyecto.

### 3.1. Nociones sobre el periodismo y política, roles e identidad profesional

Tras preguntar a los responsables de los diferentes proyectos cómo definirían o qué entienden por ‘monitorización política’, sus respuestas arrojan un consenso generalizado. Para *Sueldos Públicos* implica “la vigilancia del poder y ser un contrapoder más como parte de la esencia del periodismo”. Los responsables de *Datadista* sostienen que implica “el seguimiento de la actividad de las instituciones y los organismos, basándose en la información que las mismas generan”. Por su parte, desde *Filtrala* orientan la monitorización a través del periodismo de filtraciones.

En *Maldita Hemeroteca* optan por una visión de monitorización política que tiene que ver con “estar encima de los políticos para que no te la cueelen”, entendiendo así que, si bien un político puede cambiar de opinión con respecto a lo que dijo o prometió, “este tiene la obligación de dar explicaciones de por qué con el tiempo ha hecho un cambio de opinión, más si cabe si estamos en periodo electoral”.

Un argumento predominante en los discursos de los entrevistados es que uno de los principales problemas del periodismo actual es que se basa en el periodismo de declaraciones, el cual limita la función del periodista a ser un mero altavoz de los partidos políticos. En este sentido, desde *Datadista* recalcan que monitorización política es necesariamente “todo aquello que se aleje de reproducir lo que dicen unos y otros”.

En lo relativo a las relaciones entre sistema político y mediático los entrevistados convienen en señalar que estas no son las deseables en España, ya que los medios en nuestro país están “muy ideologizados”. En consecuencia, la calidad de la información política “es muy deficiente” precisamente por este motivo, señalan desde *Datadista*. El responsable de *Sueldos Públicos* afirma que se trata “de una relación beneficiosa para ambas partes en muchos casos” y que sería necesario que existiera “más distancia” entre ambos actores. En cualquier caso, desde *Maldita Hemeroteca* subrayan que, pese a esta realidad, “cada vez están surgiendo más medios que se dedican a hacer el trabajo para la ciudadanía y no para los políticos”.

Todos los responsables de estos proyectos señalan que ahora existen más herramientas para vigilar y rendir cuentas y que, paralelamente, están surgiendo nuevos medios que están buscando “hacer otro tipo de periodismo” orientado a la fiscalización de los centros de poder político y económico.

### 3.2. Visión de la transparencia de las instituciones en España

**Tabla 1.1. Visión de la transparencia institucional en España**

<b>Datadista</b>	Todos los proyectos (a excepción de <i>Sueldos Públicos</i> ), se lanzaron con la Ley de Transparencia en vigor (a partir de 2013) → Labor de intermediación entre los datos contenidos en los portales de transparencia y la ciudadanía.
<b>Filtrala</b>	Opinión generalizada: Se han producido grandes avances en la lucha contra la opacidad política e institucional, pero queda mucho por hacer.
<b>Maldita</b>	
<b>Sueldos Públicos</b>	Filtrala: “En España no hay asentada una cultura de rendición de cuentas” → Los periodistas deben hacer más uso de la Ley de Transparencia y demandar más información pública.

Fuente: Elaboración propia.

Todos los proyectos, a excepción de *Sueldos Públicos*, se lanzaron con la Ley de Transparencia<sup>7</sup> ya en marcha. El responsable del mencionado medio reconoce que con la aprobación de dicha Ley creyó que su proyecto “había dejado de tener sentido”. No obstante, añade que pronto se dio cuenta de que “los ciudadanos no solicitan ni consultan habitualmente la información que proveen los portales de transparencia”, motivo por el cual la figura del periodista es clave como intermediador, según apunta.

<sup>7</sup> Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

En este sentido, desde *Maldita Hemeroteca* sostienen que todos aquellos proyectos periodísticos que abogan por la transparencia y por el control político deben replantearse que “muchas veces no llegamos a toda la gente a la que deberíamos llegar”, por lo que es necesario aunar fuerzas y “dar un paso más para hacer más accesible la Ley de Transparencia a la ciudadanía” y, en definitiva “crear comunidad” con respecto a este tema.

Por su parte, los responsables de *Datadista*, *Filtrala* y *Sueldos Públicos* se confiesan como grandes demandantes de información a través de los portales de transparencia, siendo total o prácticamente la base para realizar el trabajo habitual de sus respectivos medios.

Si bien todos coinciden en que tras la aprobación de la Ley de Transparencia “se han hecho grandes mejoras” y se “han producido grandes avances” en materia de lucha contra la opacidad política e institucional y del derecho de acceso a la información, estos matizan que tales avances “son todavía insuficientes”, pues “una cosa es que la información sea pública y otra, bien distinta, que sea visible”, matiza el responsable de *Sueldos Públicos*.

Asimismo, otra de las críticas apuntadas es que “se está dando una arbitrariedad enorme” [en las respuestas a las peticiones de información] y uno de los principales problemas es que “todo queda al arbitrio de la institución u organismo que decide si quiere contestar o no aludiendo en muchos casos que se está colisionando con otro derecho o, incluso, utilizando el silencio administrativo como respuesta negativa a conceder la petición”, declaran desde *Datadista*.

El responsable de *Filtrala*, por su parte, manifiesta que “en España no hay asentada una cultura de rendición de cuentas” y lamenta que los periodistas no hagan más uso de la Ley de Transparencia a través de solicitudes de información a las instituciones u organismos públicos. “Se trata de una herramienta indispensable que deberían usar constantemente los periodistas, si bien es cierto que en estos momentos son los periodistas de datos los que más se encargan de esto”, matiza.

### 3.3. En cuanto al proyecto informativo

Entrando de lleno en las funciones y objetivos de cada iniciativa informativa, los responsables definen la filosofía de sus proyectos de la siguiente manera:

Desde *Datadista* explican que la razón de ser de su proyecto es hacer periodismo de investigación basado en datos utilizando nuevas narrativas y tecnologías ante una información que, en principio, puede parecer más dura de asimilar. “Lo que intentamos es aportar información de valor añadido para salir de la ingente cantidad de información que en estos momentos circula en el entorno digital pero que, en realidad, no hace más que ruido y no dice nada”, afirman.

El objetivo de *Sueldos Públicos* es, según su responsable, ejercer la transparencia y la libertad sin ninguna cortapisa sobre información que es pública, pero no necesariamente visible [en referencia a los salarios de los cargos públicos]. En definitiva, su proyecto responde al “periodismo de denuncia” y pretende “poner en evidencia” a los políticos y al sistema de que “todavía sigue habiendo disparates en cuanto a los sueldos de los políticos”.

En *Maldita Hemeroteca* el objetivo es, además de poner al político frente a sus contradicciones, que responda y diga a la ciudadanía por qué ha hecho esos cambios y, sobre todo, “que sepan que ahí está alguien [el equipo de *Maldita Hemeroteca*] que, en caso de que cambien de opinión, estaremos ahí para recordárselo”.

*Filtrala* es según su responsable, “una estructura de periodismo” que trata de fomentar la intermediación entre personas que disponen de información de interés público pero que prefieren permanecer anónimas y medios de comunicación, así como organizaciones de la sociedad civil”. En suma, su pretensión es “facilitar esa parte del periodismo que se conoce como periodismo de filtraciones”.

**Tabla 1.2. Cómo orientan la monitorización política**

<b>Datadista</b>	Periodismo de investigación basado en datos y nuevas narrativas.
<b>Filtrala</b>	Periodismo de filtraciones.
<b>Maldita</b>	Control del discurso político para poner al político frente a sus contradicciones.
<b>Sueldos Públicos</b>	Periodismo de denuncia a través de la publicación de los salarios de los cargos públicos.

Fuente: Elaboración propia.

Por último, en cuanto al componente activista que poseen estas organizaciones, en *Filtrala* declaran que parte de su trabajo es hacer *lobby* y que, en esta línea, tratan de reunirse con grupos parlamentarios para trabajar con leyes que afectan directamente a su proyecto, como es la promoción de una Ley para proteger a los denunciantes de fraude o corrupción. Por su parte, los responsables de *Maldita Hemeroteca* bajo el sello de *Maldita.es* lanzaron recientemente una petición de recogida de firmas en la plataforma *Change.org* para exigir la publicación del Trabajo de Fin de Máster de la expresidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes. En el caso de *Sueldos Públicos*, su responsable, Carles Torrijos, está inscrito a título personal en el Registro de Grupos de Interés de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC) “con el objetivo de que los políticos publiquen de manera periódica una copia de su nómina mientras estén en el cargo”.

### 3.4. Organización del trabajo y modelo de negocio

En cuanto a la composición de los equipos, estos se caracterizan por ser muy reducidos (de uno a dos integrantes, sin contabilizar a los responsables del mantenimiento y el soporte de las respectivas páginas web).

*Datadista* está compuesto por sus dos fundadores, Ana Tudela y Antonio Delgado, ambos especializados en tareas muy concretas (en el caso de Tudela es especialista en periodismo económico y Delgado en periodismo de datos). No trabajan desde una redacción fija, ya que sus proyectos les requieren estar desplazándose al lugar de los hechos constantemente; no obstante, se reúnen semanalmente para organizar la publicación de sus informaciones. Ambos compaginan *Datadista* con otros trabajos tales como la docencia universitaria o la colaboración con otros medios.

Con respecto a la frecuencia de sus publicaciones, en *Datadista* funcionan a tres velocidades. La “primera velocidad” la componen informaciones que en ese momento están ocupando la actualidad y a las que ellos aportan un valor añadido complementándolas con datos. La “segunda velocidad” tiene que ver con informaciones que no están tan ligadas a la actualidad y que más bien son líneas propias que abren ellos mismos. Por último, “la tercera velocidad” la componen aquellas informaciones que salen a la luz a largo plazo, es decir, aquellos temas de investigación en profundidad tales como *Playa Burbuja* (una investigación sobre el urbanismo en la costa mediterránea), para la que precisaron recorrerse todo el litoral a fin de extraer de primera mano la información y hablar en profundidad con todos los protagonistas para indagar en las historias que había tras los datos.

Por otro lado, desde *Datadista* lanzan mensualmente un hilo en Twitter bajo el *hashtag* #crisisdememoria en el que echan la vista atrás a lo que ocurrió exactamente hace diez años cuando comenzó la crisis económica en España: “recuperamos lo que los políticos decían entonces, qué datos daban y qué ha pasado diez años después con aquello que estaban contando”, señalan los responsables del proyecto.

En el caso de *Filtrala* son dos los responsables del proyecto en España -la organización pertenece a la ONG *Associated Whistleblowing Press (AWP)* con sede en Bélgica- y trabajan a tiempo parcial. Los perfiles son “un tanto multidisciplinares ya que somos una mezcla entre periodistas y comunicadores que, además, contamos con cierta capacitación técnica para trabajar con cuestiones de seguridad”, comenta Stéphane M.

Grueso. El funcionamiento de esta plataforma se basa en tener abierto un vivero de ‘buzones’ por los que cualquier organización de la sociedad civil o medio de comunicación puede recibir la información protegiendo en todo momento el anonimato del informante. Asimismo, sus responsables también realizan labores de consultoría. No obstante, “un problema que tenemos es que publicamos bastante poco”, ya que ello depende de la frecuencia con la que les lleguen filtraciones de información.

Por su parte, *Maldita Hemeroteca* cuenta con dos integrantes, sus fundadores, Julio Montes y Clara Jiménez. Ambos son periodistas de *La Sexta* y cuentan que su proyecto surgió “para sentirnos un poco más realizados con la profesión”. Según estiman, el tiempo de dedicación a este proyecto concreto<sup>8</sup> es de dos horas diarias a razón de varias publicaciones semanales a través de sus propios canales (pues, además, también colaboran con *Maldita Hemeroteca* en radio y televisión).

En el caso de *Sueldos Públicos*, su fundador, Carles Torrijos, es el único responsable del proyecto, si bien anteriormente contaba con la colaboración de la periodista Inés Calderón (quien dejó el proyecto tras fichar por el programa *El Objetivo* de *La Sexta*). Su lugar de trabajo es su propia casa y el tiempo de dedicación estimado para esta iniciativa informativa ronda las tres horas diarias a razón de una publicación diaria. Su responsable compagina este proyecto con la colaboración en otros medios y como asesor en materia de comunicación de diversas empresas.

Por otra parte, preguntados por la cuestión de la sostenibilidad de sus respectivos proyectos, tras sus respuestas se vislumbran varias vías de financiación. Por un lado, el apoyo ciudadano por medio de “socios” que dan una aportación puntual o periódica para apoyar el proyecto, como sería el caso de *Filtrala*. Otra vía serían los *crowdfundings* -llamamientos puntuales para apoyar económicamente un proyecto-, como en el caso de *Datadista* para el proyecto *Playa Burbuja* a través de la plataforma *Goteo.org*. Los entrevistados también hacen referencia a las subvenciones o becas por parte de entidades (como es el caso de *Datadista* y la ayuda de innovación de Google para la que han sido seleccionados en la última convocatoria y que les va a permitir generar una plataforma para hacer periodismo de investigación y datos). Otra vía por la que los medios pueden financiarse es a través de trabajos realizados para otras entidades. Tal es el caso de *Datadista*, que realizan contenidos de investigación para terceros, como por ejemplo *Greenpeace* para campañas u objetivos concretos. Los responsables de este proyecto mencionan que “es la calidad de nuestros contenidos lo que nos está facilitando que empecemos a ser sostenibles ya que nos está abriendo las puertas a organismos y entidades que quieren que hagamos contenido para ellos”.

En el caso de *Maldita Hemeroteca*, obtienen ingresos a partir de las intervenciones que realizan en *Ondacero* en el programa de radio de *Julia en la Onda*, en las apariciones en *La Sexta* y también por medio de la impartición de cursos. Todos esos ingresos son destinados para el proyecto en sí y para remunerar al ingeniero que se encarga del soporte y del mantenimiento de la página web.

En el caso de *Filtrala* sus dos integrantes están remunerados “aunque durante etapas este ha sido un proyecto que ha subsistido gracias al voluntariado, si bien al principio se consiguió una pequeña subvención europea”. No obstante, el responsable de *Filtrala* asegura que “prefiero no hablar de rentabilidad sino de necesidad; no hacemos esto por negocio, nosotros vemos nuestra labor como una actividad muy política dentro de la defensa de los derechos humanos, en este caso, el derecho a emitir o recibir información verdadera”.

En última instancia, entre los que se financian únicamente por vía de publicidad en su página web o de artículos patrocinados podemos mencionar a *Sueldos Públicos*. De hecho, su responsable comenta que *El Economista* se interesó por el proyecto y desde noviembre de 2014 tienen instalado en su página web un módulo con el logotipo de *Sueldos Públicos* que redirige a su web, lo cual “nos ha generado gran visibilidad”.

---

8 Se trata de la dedicación estimada para el proyecto de *Maldita Hemeroteca*, el cual forma parte de *Maldita.es*.

**Tabla 1.3. Sostenibilidad del proyecto periodístico**

<b>Datadista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Crowdfunding</i> (llamamientos para apoyar proyectos concretos).</li> <li>• Subvenciones o becas por parte de entidades.</li> <li>• Realización de trabajos para terceros.</li> </ul>
<b>Fíltrala</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo ciudadano por parte de “socios” que dan una aportación puntual o periódica.</li> </ul>
<b>Maldita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervenciones en Ondacero (Julia en la Onda) y en La Sexta en secciones fijas.</li> <li>• Impartición de cursos sobre verificación de datos/fact-checking.</li> </ul>
<b>Sueldos Públicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5. Sobre el proceso de producción y distribución de la información

En cuanto al proceso de producción de la información, el responsable de *Sueldos Públicos* destaca que en su proyecto “el 90 % de la información procede de fuentes públicas tales como portales de transparencia, boletines oficiales, actas de plenos de ayuntamientos, nóminas, certificados de retenciones, webs de los partidos políticos, etc., y el resto proceden de fuentes secundarias documentales, como puede ser citar a otros medios o consultar a gabinetes de prensa de instituciones públicas o partidos políticos o solicitar información directamente a los políticos”. De igual manera, en *Datadista* también señalan que extraen la información principalmente a partir de bases de datos oficiales o a través de peticiones de información pública.

En *Maldita Hemeroteca* comentan que un día normal de trabajo consiste en “detectar cualquier tema de actualidad en el que veamos una potencial maldita hemeroteca”. Una vez detectado, se suben los potenciales temas de actualidad al grupo de Telegram del equipo y, tras hacer las gestiones pertinentes -llamadas, contactos, búsqueda en la hemeroteca, etc.-, se hace una primera comprobación y se devuelve el tema al grupo de Telegram para hacer el *fact-checking* definitivo y, una vez se ha llegado a un acuerdo sobre esa información, se decide publicar el tema.

Finalmente, el proceso de producción de la información que describen en *Fíltrala* consiste en extraer la información a partir de toda la documentación que la gente anónima les hace llegar a través del buzón virtual. Para ello cuentan con una persona encargada de chequear todo lo que llega a través de un servicio informático -el buzón- que está operativo las 24 horas. Se trata de un “proceso complejo” que en algunos casos -debido a las labores de contrastar la información- se extienden mucho en el tiempo. La labor de los responsables de este proyecto es hacer de intermediarios entre fuentes (gente que posee información que el público tiene derecho a conocer) y las ONG o medios de comunicación que pueden publicar dicha información. Además de hacer de intermediarios de terceros, también publican informaciones en su propia página web. Por tanto, un día de trabajo gira en torno a la actividad que llegue al buzón, pero también cuentan con otras actividades de fondo como son la promoción del propio buzón y las funciones de *lobby*.

En cuanto a la distribución de la información, un punto en común de las cuatro iniciativas informativas analizadas es que despliegan su actividad, además de en su propia página web, en prácticamente todas las redes sociales (Twitter y Facebook principalmente).

Asimismo, las cuatro plataformas analizadas declaran que están a favor de la reutilización de sus contenidos por parte de terceros. Es decir, si bien sus investigaciones o contenidos son publicados en sus respectivos medios, también contemplan la posibilidad de que sus contenidos sean reutilizados por otros medios sin contraprestación (aunque algunos sí exigen la mención o el reconocimiento de la autoría). Así pues, el contenido que producen estos proyectos es reutilizable al estar bajo licencias *Copyleft* y *Creative Commons*. A este respecto, el responsable de *Fíltrala* señala que “nosotros no somos dueños de la información; la sociedad tiene derecho a beneficiarse de los contenidos”.

Además, todas las iniciativas informativas coinciden en destacar las ventajas de “no tener jefes” y “trabajar por su cuenta”. Si bien todos siguen la agenda marcada, también tratan de sacar temas propios relacionados

con la actualidad, pero siempre desde “la total libertad para publicar lo que yo quiera”, afirma el responsable de *Sueldos Públicos*. Una idea que enfatiza el responsable de *Filtrala* al señalar que “como nosotros no pertenecemos a nadie y no tenemos intereses como tal, actuamos con total libertad desde nuestra trinchera”.

Con respecto a la importancia de la tecnología, todos los entrevistados convienen en resaltar su papel. En *Sueldos Públicos* se menciona que la tecnología es “una cuestión básica” ya que es indispensable para realizar su trabajo y para navegar por la red, lugar de donde obtiene la información a partir de los portales de transparencia. En esta misma línea, en *Filtrala* también subrayan el papel de la tecnología “ya que el servicio que ofrecemos es totalmente digital”. Mientras, en *Datadista* comentan que “se trata de una herramienta fundamental para realizar nuestro trabajo, es la mejor manera de hacer un mejor trabajo periodístico e investigaciones más profundas”. Y añaden, “la tecnología ha ido añadiendo posibilidades y facultades a una base que siempre es la misma, hacer periodismo basándose en información pura y dura”.

Por último, ante la pregunta de cuál es la función o el papel que tiene el ciudadano en la realización de sus contenidos, sus discursos tienden a enfatizar el valor “imprescindible” que supone la colaboración ciudadana, como es en el caso de *Filtrala* y *Maldita Hemeroteca*, que cuentan con una amplia comunidad de usuarios que les ponen tras la pista de posibles informaciones. Igualmente, en *Sueldos Públicos* señalan que “muchos de los temas que sacamos nos los pasan ciudadanos anónimos; en este sentido, el periodismo ciudadano forma parte del ADN de nuestro proyecto”.

No obstante, en el caso de *Datadista*, una de sus responsables, Ana Tudela, señala que “no creo en el periodismo ciudadano”, entendiéndolo que un ciudadano puede ser fuente en la medida en que sea protagonista o conocedor de algo en primera persona, “pero no lo entendemos como colaborador del producto periodístico”. Por su parte, el responsable de *Filtrala* asegura que “cualquier democratización de los medios de producción, en este caso de información, me parece muy interesante; sobre todo, en un momento en el que aún las grandes corporaciones industriales siguen definiendo lo que es la realidad”.

### 3.6. Valoración y perspectivas

**Tabla 1.4. Efectos e hitos alcanzados**

<b>Datadista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto ‘Playa Burbuja’, sobre las consecuencias de la burbuja inmobiliaria en la costa mediterránea.</li> <li>• Lanzamiento en formato libro gracias al éxito del crowdfunding.</li> </ul>
<b>Filtrala</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filtración de ‘Los papeles de la Castellana’, procedente de expediente de una asesoría tributaria del Paseo de la Castellana en Madrid.</li> </ul>
<b>Maldita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que el concepto “Maldita Hemeroteca” haya calado entre los políticos y la ciudadanía.</li> <li>• Políticos que han terminado pidiendo perdón públicamente por desdecirse de sus declaraciones o discursos (caso Antonio Hernando con el ‘no es no’).</li> </ul>
<b>Sueldos Públicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algunos de sus contenidos han llegado a marcar agenda y han sido difundidos por otros medios y agencias.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, cuando se les ha preguntado sobre la valoración acerca de los hitos conseguidos en sus respectivos proyectos informativos, sus respuestas se orientan, por parte de *Sueldos Públicos*, *Maldita Hemeroteca* y *Filtrala* a indicar que han llegado a “marcar agenda” y que los medios tradicionales o las agencias se hecho eco en algún momento de algunas de sus informaciones.

En el caso de *Maldita Hemeroteca*, destacan que uno de sus mayores logros ha sido conseguir que el concepto ‘maldita hemeroteca’ haya acabado convirtiéndose en un término que se ha generalizado entre los políticos y la propia ciudadanía. Asimismo, otros de los logros que se apuntan es el reconocimiento de

políticos que han terminado pidiendo perdón por desdecirse de sus declaraciones o discursos, “como es el caso del ‘no es no’ del político socialista Antonio Hernando”, aclara Julio Montes.

Por su parte, *Datadista* establece como mayores logros el éxito del *crowdfunding* que lanzaron para poder publicar un libro impreso sobre las consecuencias de la burbuja inmobiliaria en la costa mediterránea, el haber sido seleccionados por el programa de innovación de Google y que otros organismos como *Greenpeace* se hayan interesado por ellos “por considerar que hacemos contenido de calidad”.

No obstante, los responsables de *Datadista* sostienen que “no vemos posible este tipo de periodismo [de calidad] en los medios que viven exclusivamente del clic y de la última hora”. Sí que aprecian una demanda de este tipo de información “con el estilo y el formato con el que nosotros trabajamos” pero el hándicap a superar es “conseguir que la periodicidad se vaya reduciendo y seamos capaces de crear más contenido”.

Si bien la percepción de los cuatro entrevistados con respecto a los cambios producidos en el modo de hacer periodismo político es que la tendencia ha sido “ir hacia más monitorización”, desde *Maldita Hemeroteca*, infieren que la entrada a nuevos espacios periodísticos encargados del escrutinio público de los centros de poder político y económico halla sus orígenes en “la precarización de la profesión, el descontento con el ecosistema informativo y la situación de pérdida de credibilidad de los grandes medios por parte de la ciudadanía que se han venido sucediendo en los últimos años”.

Entre los retos que se presentan para este ámbito del periodismo, el responsable de *Filtrala* afirma que [la visión de cómo hacer periodismo político en nuestro país] “tiene que cambiar; ya no se puede seguir con el periodismo de declaraciones ni asumir los discursos ni las notas de prensa diarias; no puede ser no poder cuestionar lo que nos dicen”.

Por su parte, el reto en un futuro para *Maldita Hemeroteca* es no depender del control político ni de la publicidad. “Creo que vamos hacia modelos de socios y de patrocinio en los que, en definitiva, será la gente quien tenga la última palabra y decidirá apoyar o no un proyecto”, declara el responsable entrevistado.

**Tabla 1.5. Otros aspectos reseñables**

<b>Datadista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos reducidos, perfiles muy especializados en tareas muy concretas (datos, economía, política...).</li> <li>• No trabajan desde una redacción fija.</li> </ul>
<b>Filtrala</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No es su actividad principal, la compaginan con otros trabajos.</li> <li>• Proceden de años de experiencia en medios tradicionales → Situación de paro o desencanto → Lanzamiento de un emprendimiento periodístico.</li> </ul>
<b>Maldita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visión del ciudadano como colaborador fundamental en muchas de sus informaciones (creación <i>bottom-up</i>).</li> <li>• Ejercen labores complementarias de activismo o lobby.</li> </ul>
<b>Sueldos Públicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de que la tendencia va a ser “ir hacia más monitorización”.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4. Discusión

Las cuatro iniciativas informativas analizadas sitúan a la monitorización política en el centro de su actividad. Entre los factores que explican su surgimiento y desarrollo, se han constatado una serie de ideas que, a su vez, consolidan los resultados hallados en la literatura científica. En primer lugar, Casero-Ripollés (2015, p. 536), ya apuntaba que el desarrollo de las herramientas digitales ha traído consigo la aparición de “numerosos procesos de monitorización”. Otro factor es la situación política que vive España y la consolidación de una cultura escéptica hacia la política (Waisbord, 2012, p. 16). Y, por último, otro factor es la emergencia de redes sociales que “favorecen la difusión de la monitorización” (Casero-Ripollés, 2015, p. 541).

Como bien hemos podido inferir por las respuestas de los entrevistados, la razón de ser de sus proyectos pasa por servir de alternativa ante el déficit de respuesta por parte de las instituciones públicas y los problemas actuales de la industria periodística. En última instancia, su propósito es mejorar la transparencia institucional y política, facilitar el acceso a la información relativa al sector público y, para ello, aplicar las tecnologías y el uso de nuevas narrativas.

La variedad de contenidos públicos de interés para los ciudadanos es inmensa. En los últimos años, la corriente *open data* (Mendo *et al.*, 2013) ha auspiciado un interés por los datos generados de la actividad administrativa e institucional. Finalmente, tras la aprobación de la Ley de Transparencia<sup>9</sup> en el año 2013, la liberación de datos públicos ha adoptado una nueva dimensión a través de los portales de transparencia y de las peticiones de información a los organismos del sector público.

Precisamente este estudio de casos ha evidenciado la idea apuntada por Magallón Rosa (2014, p. 58) de que el desarrollo de políticas *open data* a partir de la mencionada Ley de Transparencia, ha propiciado la creación de estas organizaciones y emprendimientos periodísticos que pretenden obtener beneficios o, simplemente, realizar un periodismo sin ánimo de lucro, basado en la reutilización de los datos públicos.

Todos los entrevistados convienen en señalar que uno de los mayores problemas que atraviesa el periodismo en general en la actualidad es la infoxicación informativa. Ante esta saturación de mensajes y canales, *Datadista* apuesta por un periodismo “para salir del ruido mediático” a través de investigaciones en profundidad y del periodismo de datos. Surge así una oportunidad para el periodismo de datos, que escarba en los enormes y abundantes yacimientos de información disponible en la Red y trata de consolidarse como disciplina de la que, tal vez, resurja con fuerza el oficio del periodista” (Zafra Díaz, 2013, p. 81).

En el caso de *Maldita Hemeroteca*, uno de los aspectos más relevantes en la producción periodística que plantea su proyecto informativo es la aplicación de sistemas de verificación (*fact-checking*), como elemento distintivo e innovador en la producción de contenidos sobre información política.

El proyecto *Fíltrala* supone el caso más paradigmático de proceso de creación de contenidos desde abajo hacia arriba (*bottom-up*), ya que la procedencia de las informaciones surge desde la base ciudadana, generando así un proceso de creación participativo y horizontal.

Como vemos, este caso supone un claro ejemplo de cómo la innovación tecnológica ha posibilitado el empoderamiento del público (Jenkins, 2006), en tanto que los ciudadanos han pasado a convertirse “en actores políticos del proceso informativo ya que pueden suministrar noticias a los medios” (Casero-Ripollés, 2016, p. 56). El ciudadano, con su capacidad de intervención en las noticias (comentando, contestando, etc.) y de participación en la producción de noticias como fuente o proveedor de información, está renovando el periodismo de investigación y, por extensión, a la democracia monitorizada (Casero-Ripollés y López-Meri, 2015 p. 97). Se trata de una colaboración que, a juicio de Sampedro (2014a, p. 30) “siempre fue imprescindible para el periodismo de investigación o denuncia”.

Por su parte, la filosofía de *Sueldos Públicos* es servir de intermediación entre la información relativa a los sueldos públicos de los políticos extraíble a partir de los portales de transparencia y el público que tiene el derecho a ser conocedor de en qué se gasta el dinero de sus impuestos.

A excepción de los integrantes de *Maldita Hemeroteca*, el resto de los periodistas se encontraban previamente en un momento de paro laboral o de desencanto con los medios de comunicación y, en ese contexto, estos periodistas buscaron una salida a su situación por medio de la creación de un proyecto periodístico. Por tanto, puede afirmarse que, en cierta manera, la creación de estas iniciativas informativas es consecuencia de la precariedad del periodismo y de la destrucción de puestos de trabajo en los medios tradicionales.

Así lo constata también Rosique Cedillo (2015, p. 471) al considerar que los proyectos que están apostado por un periodismo de investigación y de calidad han supuesto a su vez una vía alternativa de autoempleo para los propios profesionales.

Un aspecto característico con respecto a los perfiles profesionales de estos proyectos periodísticos es su alta especialización en áreas como el periodismo político, económico y el periodismo de datos. Asimismo, otra peculiaridad descubierta en la investigación es el componente activista de los periodistas responsables de los medios entrevistados, ya que con su actividad colaboran en un proyecto y una estrategia de cambio social (Sampedro, 2014b, p. 251).

La cuestión de la sostenibilidad y la rentabilidad económica de estos medios se presenta como uno de los límites en su capacidad de acción y progreso. El principal desafío es encontrar modelos de financiación

9 Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

estables para garantizar la sostenibilidad del medio sin poner en riesgo la calidad, la independencia y el rigor informativo. Una de las vías emprendidas por estas iniciativas para captar recursos económicos es la colaboración por parte de su audiencia a través de *crowdfundings* (micromecenazgos) que, a su vez, alimentan su independencia informativa.

En este sentido, Dader (2012, p. 53) señala que ha cuajado una corriente llamada ‘periodismo sin ánimo de lucro’, que renuncia a la publicidad a cambio del mecenazgo de fundaciones de inspiración cívico-participativa y de las donaciones directas de ciudadanos que refrendan la agenda de investigaciones del medio”.

Los entrevistados consideran que la actividad de sus iniciativas informativas supone una vía de empoderamiento tanto para el periodista como para la ciudadanía ya que, al no depender de ningún superior, pueden poner sobre la mesa temas y encuadres que los grandes medios no tratan. Por tanto, lo significativo de tales proyectos periodísticos es que proveen a la ciudadanía de un periodismo profesional e independiente de presiones partidistas o comerciales.

El desarrollo de las nuevas tecnologías y los procesos de convergencia digital repercuten directamente en las rutinas de trabajo de las iniciativas estudiadas, así como en las habilidades necesarias por parte de estos profesionales.

Precisamente los discursos de los entrevistados tienden a enfatizar las bondades de la tecnología. Esta visión coincide con los datos publicados en el último *Informe Anual de la Profesión Periodística* (APM, 2017, p. 45), en el que, al ser preguntados por los aspectos positivos del ejercicio del periodismo en la actualidad, un 37,5% de los encuestados mencionó a la tecnología, ya que les permite hacer una mejor información, siendo así el tercer aspecto más reseñable de entre los destacados.

En opinión de parte de los responsables entrevistados, el ciudadano no necesariamente ha de ser parte de la generación de contenidos (en este caso, de información política). No obstante, la opinión generalizada es que su presencia contribuye a una mayor democratización de los procesos informativos y, a su vez, provee al periodista de más fuentes de información y más recursos para elaborar sus contenidos. Así pues, la narrativa colaborativa (en los casos de *Maldita Hemeroteca* y *Sueldos Públicos*) y la gestión social e inteligente de contenidos (en el caso de *Filtrala*) se erigen como claves en el nuevo escenario digital (Limia Fernández, López García y Toural Bran, 2015, p. 58).

Se constituye así una nueva forma de trabajo y colaboración fruto del fenómeno de la Sociedad Red (Castells, 2009) en la que la ciudadanía, además de audiencia, ejerce de coproductor y distribuidor, rompiendo así con los valores de verticalidad propios del ecosistema comunicativo clásico (García Avilés, 2015, p. 168).

Uno de los efectos comunicativos de la monitorización política realizada por estas iniciativas es que pueden llegar a influir en la agenda mediática y también política, como es el caso de *Sueldos Públicos*, *Maldita Hemeroteca* y *Filtrala*. A su vez, el establecimiento de la agenda de estas iniciativas informativas está altamente mediado por la ciudadanía en tanto que en muchos casos son ellos mismos los proveedores de la información.

El periodismo ha encontrado en Internet un gran aliado en el que los profesionales de la comunicación pueden desplegar nuevas vías de regeneración de la información política y, en este sentido, los profesionales entrevistados auguran que la monitorización política “es algo que va a ir a más”.

Si bien Carvajal *et al.* (2015) apuntaron en el *Ranking de Innovación Periodística* el momento de transformación de la profesión a través de proyectos periodísticos no convencionales, la presente investigación y los casos periodísticos analizados nos permiten apoyar la visión de un nuevo ecosistema mediático, en este caso, orientado hacia la monitorización política.

En cualquier caso, sí cabe afirmar que en el contexto actual digital los periodistas han encontrado una nueva vía en la que divulgar contenido con relación a la política por medio de unos procesos de producción, consumo y distribución de contenidos innovadores y que suponen un cambio tanto en el sistema de consumo como de producción de la información.

Gracias al trabajo de las iniciativas estudiadas orientado a través del periodismo de datos, del *fact-checking* y del escrutinio público de los centros de poder, el ciudadano es capaz de comprender la gestión de los recursos públicos y, en suma, del poder.

## 5. Conclusiones

La revisión teórica, así como el trabajo de campo original llevado a cabo, han permitido alcanzar los objetivos fijados y dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas. A modo de síntesis, a continuación, pasamos a mostrar las conclusiones:

1. Las cuatro iniciativas informativas estudiadas sitúan la monitorización política en el centro de su actividad, a fin de servir de alternativa ante el déficit de respuesta por parte de las instituciones públicas y los problemas actuales de la industria periodística, aplicando para ello las nuevas tecnologías y el uso de nuevas narrativas.
2. La aprobación de la Ley de Transparencia (Ley 19/2013) supuso un impulso para este tipo de proyectos, ya que los responsables de estos medios son grandes demandantes de información pública, siendo ésta total o prácticamente la base para realizar el trabajo habitual.
3. Estos proyectos, que son una vía alternativa de autoempleo para los periodistas, están apostando por un periodismo de investigación y de calidad al margen de la industria mediática tradicional.
4. Los profesionales de estos medios poseen un alto perfil activista.
5. La financiación y la rentabilidad económica son uno de los principales desafíos para garantizar la sostenibilidad sin poner en riesgo la calidad, la independencia y el rigor informativo.
6. La labor de estos proyectos periodísticos supone una vía de empoderamiento para el periodista y para la ciudadanía ya que, al no depender de ningún responsable o superior, pueden poner sobre la mesa temas y encuadres que los grandes medios descuidan.
7. Uno de los efectos comunicativos de la monitorización política que más destacan los entrevistados es que han llegado a influir en la agenda mediática y también política.
8. Todos los entrevistados convienen en afirmar que en el futuro la monitorización política a partir de iniciativas similares a las suyas será una tendencia que crecerá hasta consolidarse.

En definitiva, si bien a partir de esta investigación hemos podido apreciar entre las iniciativas informativas estudiadas ciertas tendencias, debemos tener en cuenta que la interpretación de los resultados se basa en los cuatro proyectos objeto del estudio de casos y que, por consiguiente, sería conveniente para futuras investigaciones realizar una aproximación al fenómeno desde perspectivas y técnicas complementarias a fin de poder hacer generalizaciones o predicciones.

Respecto a los posibles desarrollos futuros del presente estudio, sería interesante realizar un estudio etnográfico o un estudio de participación-observación en el que el investigador forme parte como colaborador o integrante de la organización. Otra posibilidad que deberá ser respondida por futuros estudios es indagar en la hipotética repercusión positiva que poseen estos proyectos con respecto a la regeneración democrática, mejora del sistema político y empoderamiento ciudadano según la percepción del público. En cualquier caso, estamos ante un objeto de estudio que está variando a consecuencia de las constantes transformaciones que se están produciendo en el entorno digital. Por ello, seguir tras la pista de este tipo de proyectos digitales y conocer sus procesos y dinámicas con relación a la información política actual resulta de gran trascendencia y, sin duda, motivará el interés de próximas investigaciones.

## 6. Referencias

- Amoedo, A., Arias, F., Carvajal, M., y Negro, S. (2015). Modelos internacionales de innovación en periodismo: Una propuesta metodológica. En *Actas de las comunicaciones presentadas en el XIX Congreso Internacional de la SEP* (pp. 440-463). Castellón: Sociedad Española de Periodística. Universitat Jaume I de Castellón. Disponible en <http://periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas-XIX-CONGRESO-SEP-CASTELLON.pdf>
- APM, Asociación de la Prensa de Madrid (2017). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2017* (p. 101). Madrid. Disponible en [http://corresponsalesdepaz.es/archivos/201712/InformeAPM-2017\\_2.pdf](http://corresponsalesdepaz.es/archivos/201712/InformeAPM-2017_2.pdf)
- Carvajal, M., De Lara, A., García Avilés, J. A., Arias, F., y González, J. L. (2015). *Ranking de innovación periodística 2014* (p. 87). Elche: GICOV (Grupo de Investigación de la Comunicación). Universidad Miguel Hernández. Disponible en [http://www.amic.media/media/files/file\\_352\\_723.pdf](http://www.amic.media/media/files/file_352_723.pdf)
- Casero-Ripollés, A. (2008). “Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 111-128. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110111A/11830>

- Casero-Ripollés, A. (2015). “Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España”. En *Historia y Comunicación Social*, 20(2), pp. 533-548. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/51399>
- Casero-Ripollés, A. (2016). La honda de David: Internet, periodismo, democracia y participación ciudadana. En Casero-Ripollés, A. (Coord.), *Periodismo y democracia en el entorno digital* (1.ª ed., pp. 53-64). Madrid: Sociedad Española de Periodística. Disponible en <http://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Periodismo-y-Democracia.pdf>
- Casero-Ripollés, A., y López-Meri, A. (2015). “Redes sociales, periodismo de datos y democracia monitorizada”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 97-113. Disponible en <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/152487>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Dader, J. L. (2012). Periodismo político y política del periodismo: Imaginando un futuro digno y sostenible. En Berrocal y Campos Domínguez (coord.), *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación*. (1.ª ed., pp. 35-58). Salamanca: Sociedad Española de Periodística. Disponible en [http://periodistica.es/sep2016r/images/La\\_investigacion.pdf](http://periodistica.es/sep2016r/images/La_investigacion.pdf)
- Domínguez, E., y Pérez Colomé, J. (2013). *Microperiodismos II. Aventuras periodísticas digitales en tiempos de crisis*. Barcelona: Editorial UOC.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. <https://doi.org/10.2307/258557>
- Elías Pérez, C. (2015). *Big data y periodismo en la sociedad red*. Madrid: Síntesis.
- Enguix Oliver, S. (2015). *Periodismo político. Fundamentos, práctica y perspectivas*. Barcelona: Editorial UOC [Versión electrónica].
- Feenstra, R. A. (2012). *Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane*. Barcelona: Icaria.
- Feenstra, R. A. (2013). “Una reflexión sobre la Democracia Monitorizada: potencialidades y límites”. En *Foro Interno. Anuario de Teoría Política*, 13, pp. 139-160. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/FOIN/article/view/43088>
- Fondevila Gascón, J. F., y Del Olmo Arriaga, J. L. (2013). *El trabajo de fin de grado en ciencias sociales y jurídicas: guía metodológica*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias (EIUNSA).
- García Avilés, J. A. (2015). *Comunicar en la sociedad red. Teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: Editorial UOC.
- García Avilés, J. A., Carvajal, M., Y Comín, M. (Eds.). (2016). *Cómo innovar en periodismo. Entrevistas a 27 profesionales*. Murcia: Diego Marín Librero-Editor. Disponible en [https://www.researchgate.net/profile/Jose\\_Garcia-Aviles/publication/312187586\\_Como\\_innovar\\_en\\_Periodismo\\_Entrevistas\\_a\\_27\\_profesionales/links/5874e32008ae6eb871c97bca/Como-innovar-en-Periodismo-Entrevistas-a-27-profesionales.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jose_Garcia-Aviles/publication/312187586_Como_innovar_en_Periodismo_Entrevistas_a_27_profesionales/links/5874e32008ae6eb871c97bca/Como-innovar-en-Periodismo-Entrevistas-a-27-profesionales.pdf)
- García Avilés, J. A., Martínez-Costa, M. P., y González, J. L. (2015). *El desarrollo del periodismo emprendedor en los cibermedios nativos: Aportaciones para una renovación democrática*. En Casero-Ripollés, A. (ed.), *Redefiniendo los vínculos entre periodismo y democracia en la era digital* (pp. 412-439). Castellón: Sociedad Española de Periodística. Universitat Jaume I de Castellón. Disponible en <http://periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas-XIX-CONGRESO-SEP-CASTELLON.pdf>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York and London: New York University Press.
- Keane, J. (2009). *The Life and Death of Democracy*. London: Simon & Schuster.
- Keane, J., y Feenstra, R. A. (2014). “Democracia monitorizada en España. Nuevas formas de participación política en el marco de la era digital”. En *Revista TELOS*, (98), pp. 48-57. Disponible en [https://telos.fundaciontelefonica.com/Nmerosanteriores/Nmero97/seccion=1293&idioma=es\\_ES.do](https://telos.fundaciontelefonica.com/Nmerosanteriores/Nmero97/seccion=1293&idioma=es_ES.do)
- Limia Fernández, M., López García, X., Y Toural Bran, M. (Eds.). (2016). La interactividad y la conversación como motor de la innovación. En *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España* (1.ª ed., pp. 49-60). Pamplona: Eunsa.
- López García, X. (2012). *Movimientos periodísticos. Las múltiples iniciativas profesionales y ciudadanas para salvar los elementos básicos del periodismo en la era digital*. Salamanca: Comunicación Social.

- Magallón Rosa, R. (2014). “Tecnologías cívicas y participación ciudadana”. En Espiritusanto, O. (coord.), *Revista de Estudios de Juventud. Periodismo Ciudadano. Nuevas formas de comunicación, organización e información*, (105), pp. 53-70. Disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/45/publicaciones/Revista105completa.pdf>
- Mendo, C., Ramos, F. L., Arquero, R., Del Valle-Gastaminza, F., Botezán, I., Sánchez, R., Tejada, C., Peón, J., Cobo S. y Sala, A. (2013). “Del acceso a la reutilización, del dato al documento: una visión conceptual de la información pública”. En *Revista Española de Documentación Científica*, 36(3), 12. Disponible en <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/805/995>
- Olivar Rojas, A. F. (2014). “Política, medios y ciudadanía: hacia la redefinición de las relaciones de poder desde el periodismo ciudadano”. En *Revista Escribanía*, 12(1), 67-77. Disponible en <http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/article/view/873/998>
- Rosique Cedillo, G. (2015). El servicio público como piedra angular del negocio periodístico digital. En *Actas de las comunicaciones presentadas en el XIX Congreso Internacional de la SEP* (pp. 464-477). Castellón: Sociedad Española de Periodística. Universitat Jaume I de Castellón. Disponible en <http://periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas-XIX-CONGRESO-SEP-CASTELLON.pdf>
- Salaverría Aliaga, R. (2017). “Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación”. En *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), pp. 19-32. Disponible en <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.2>
- Salaverría Aliaga, R., Martínez-Costa, M.P., y Breiner, J. (2018). “Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1034-1053. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018-073papers/1295/54es.html>
- Sampedro, V. (2014a). El Cuarto Poder en Red, periodismo bucanero y activismo de datos punk. *Periodismo Ciudadano. Nuevas formas de comunicación, organización e información*, (105), 25-38. Disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/45/publicaciones/Revista105completa.pdf>
- Sampedro V. (2014b). *El cuarto poder en red: Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria.
- Sánchez Duarte, J. M., Bolaños Huertas, M. V., Magallón Rosa, R., y Anderica Caffarena, V. (2015). “El papel de las tecnologías cívicas en la redefinición de la esfera pública”. En *Historia y Comunicación Social*, 20(2), pp. 193-209. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/51396/47676>
- Schudson, M. (1998). *The Good Citizen. A History of American Civic Life*. New York: The Free Press.
- Villoria, M. (2016). Transparencia y rendición de cuentas. En Llera Ramo, F.J. (coord.), *Desafección política y regeneración democrática en la España actual: diagnósticos y propuestas* (1.ª ed., pp. 277-313). Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Waisbord, S. (2012). “Repensar la agenda de investigación sobre periodismo y política en la academia globalizada”. En Berrocal y Campos Domínguez (coord.), *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación*. (1.ª ed., pp. 13-34). Salamanca: Sociedad Española de Periodística. Disponible en [www.periodistica.es/sep2016r/index.php/publicaciones/libros](http://www.periodistica.es/sep2016r/index.php/publicaciones/libros)
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zafra Díaz, J. M. (2013). “El futuro de la profesión periodística: ¿Cómo puede cambiar el panorama mediático con una ley de transparencia?” En *Revista TELOS*, (94), pp. 81-83. Disponible en <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2013021317590001&idioma=es>



## CIUDADANÍA EN LA RED: PODER Y CONTRAPODER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### *DIGITAL NATIVE MEDIA: CONSOLIDATION OF A JOURNALISM MODEL AND NEW COMMUNICATIVE PROPOSALS*

**Cea Esteruelas, Nereida**

Universidad de Málaga

nereidacea@uma.es

**Resumen:** Internet, como nuevo espacio comunicativo ha permitido el surgimiento y desarrollo de medios digitales (*pure players*). En este ecosistema mediático tienen cabida medios que difícilmente podrían tener presencia en el sector tradicional o, en última instancia, su modelo sería muy diferente. Internet permite, pues, crear medios con una estructura de recursos materiales y humanos mucho más limitada, dadas las bajas barreras de entrada que presenta el sector *on line*. Efectivamente, el menor coste que conlleva la distribución de los bienes informativos, unido a la multiplicación de nuevos competidores, debido a las bajas barreras de entrada del sector, acaba de dibujar un nuevo escenario competitivo para las empresas tradicionales. Se analiza mediante un estudio del caso, el medio digital Belleza en vena, para mostrar las innovaciones del modelo periodístico de un medio nativo que, mediante la especialización y la utilización de recursos interactivos y transmedia, ejemplifica las posibilidades que ofrece la red para nuevas propuestas comunicativas en el sector de los medios.

**Palabras clave:** periodismo, periodismo digital, medios digitales, sector de la comunicación, multimedia

*Abstract: The Internet, as a new communicative space, has allowed the emergence and development of digital native media. In this media ecosystem there is room for media that could hardly have a presence in the traditional sector or, ultimately, their model would be very different. The Internet therefore allows the creation of media with a much more limited structure of material and human resources, given the low entry barriers presented by the online sector. Indeed, the lower cost involved in the distribution of information goods, together with the multiplication of new competitors, due to the low entry barriers of the sector, has just drawn a new competitive scenario for traditional companies. It is analyzed through a case study, the digital media Belleza en vena, to show the innovations of the journalistic model of a native medium that, through specialization and the use of interactive and transmedia resources, exemplifies the possibilities offered by the network for new proposals communicative in the media sector.*

*Key words: journalism, digital journalism, digital media, communication sector, multimedia*

## 1. Introducción

Internet, como nuevo espacio comunicativo ha permitido el surgimiento y desarrollo de medios digitales (*pure players*). En este ecosistema mediático tienen cabida medios que difícilmente podrían tener presencia en el sector tradicional o, en última instancia, su modelo sería muy diferente. Internet permite, pues, crear medios con una estructura de recursos materiales y humanos mucho más limitada, dadas las bajas barreras de entrada que presenta el sector *on line*. Efectivamente, el menor coste que conlleva la distribución de los bienes informativos, unido a la multiplicación de nuevos competidores, debido a las bajas barreras de entrada del sector, acaba de dibujar un nuevo escenario competitivo para las empresas tradicionales.

## 2. El medio digital como *pure player* en el contexto mediático actual

En 2010, ya a la vista de los cambios que experimentaba el sector de los medios y el surgimiento de nuevos medios y marcas periodísticas *on line*, en el artículo Taxonomía del sector de la información tras la irrupción de Internet, se proponía una clasificación de los medios en función del mercado principal en el que operan y las características de su negocio. Así, junto con las empresas tradicionales de medios, casi desde el mismo desarrollo comercial de Internet estaban surgiendo nuevas organizaciones informativas nativas de Internet, es decir, sin medio homólogo *off line*, que pasaban a competir con los medios tradicionales con un modelo de producto muy similar.

Además, en la red irrumpen con fuerza un nuevo tipo de empresa que compite en el sector de los medios: los portales y buscadores, y todo tipo de agregadores de contenidos. No es el objetivo de este trabajo el análisis de este modelo, solo señalar la importancia que están teniendo por la redistribución de los ingresos publicitarios que conlleva la aparición y posicionamiento de estas empresas en el sector.

Volviendo a los denominados nuevos medios digitales o *pure players*, vemos que éste recibe distintas denominaciones: edición digital, periódico electrónico o cibermedio, entre otras. Desde el punto de vista terminológico, hay consenso al considerar denominaciones equivalentes las siguientes: cibermedios, medios digitales o medios *on line*, entre otras. El largo debate sobre la cuestión terminológica ha quedado cerrado, en principio, con la propuesta, por parte de un número importante de investigadores y académicos, del término ciber (ciberperiodismo, cibermedio, ciberperiodístico, etc...). Tal y como argumentan Noci y Salaverría (2003:17), el respaldo del término se justifica por la precisión y economía del lenguaje. En España, Flores y Arruti (2010) fueron pioneros en el uso del término ciberperiodismo, vocablo que daría título a su primera obra sobre dicho fenómeno

Siguiendo a Noci y Salaverría, se define el cibermedio como “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red” (Salaverría, 2005:40). El conjunto de los medios de comunicación en Internet son los cibermedios, que comprenden tanto a aquellos que surgen como extensiones de las empresas de comunicación (prensa, radio, televisión...), como los nuevos medios nacidos sin referente *off line* (medios nativos, también denominados *pure-players*).

Los aspectos definitorios del concepto medio *on line* en el actual contexto comunicativo son los siguientes (Alonso & Martínez, 2003: 265): generalmente requieren la utilización de diversos elementos técnicos, que confieren a cada medio unas características específicas; cada medio se distribuye a través de un canal y un soporte específico, pero las nuevas tecnologías abren la posibilidad de difusión de los mensajes a través de nuevos canales y soportes móviles; los medios se identifican con el emisor individual o con la empresa informativa que los pone en marcha, aunque la tendencia cada vez más generalizada es pequeños medios con estructuras muy aligeradas.

Las posibilidades de los nuevos medios vienen determinadas por sus características potenciales como medios digitales, interactivos, personalizados, multimedia, instantáneos, hipertextuales, universales e innovadores.

Aunque los nuevos medios surgen como consecuencia de los avances de la tecnología de la comunicación y son combinación de medios preexistentes e innovaciones tecnológicas, aportan rasgos significativos al modelo comunicativo, siendo la primera vez que: a) Un medio posibilita la integración de todos los formatos existentes, dando lugar a un nuevo lenguaje, denominado retórica multimedia; b) Permite la máxima interactividad e hipertextualidad; y c) Posibilita, especialmente en entornos de movilidad, la ubicuidad en el consumo mediático.

El nuevo modelo en el que las barreras de entrada de nuevos actores son prácticamente inexistentes –en relación con los medios tradicionales– permite una mayor competencia entre los emisores, tanto empresas periodísticas, es decir, estructuras organizadas, como estructuras de tipo asociativo.

Dentro de este nuevo modelo de medio digital nativo se agrupan proyectos muy distintos entre sí. En primer lugar, se podría observar una tipología de medio digital que viene a funcionar con los parámetros tradicionales, pero más o menos adaptados a las posibilidades comunicativas de Internet. La agenda y cobertura mediática, así como el enfoque de las noticias guarda cierta similitud con los medios tradicionales *on line*.

En el caso de España, surgieron medios digitales como Estrella Digital, que fue el primer medio digital en nuestro país, al que siguieron muchos más, algunos hoy en día desaparecidos, y generalmente dirigidos por grandes periodistas que encontraban en Internet la posibilidad de crear nuevos medios sin el apoyo empresarial de grandes grupos. Este fue el caso de Soitu. A este y otros muchos, se sumarían medios digitales con formatos más digitales, como Cuartopoder.es, o Factual.es, por citar solo algunos de los muchos proyectos que acabaron desapareciendo. Por el contrario, otros muchos continúan hoy en día e incluso han consolidado una significativa cuota de mercado, como es el caso de Elimparcial y Republica.es., o incluso convertido en importantes competidores de la prensa digital tradicional, como es el caso de El Confidencial, Elplural, Infolibre o Eldiario.es.

Dentro de este grupo se incluirían medios digitales españoles con rasgos diferenciales, bien porque entienden el periodismo comprometido, como es el caso de LaMarea o Mongolia; o por su modelo de negocio, como es Eldiario.es, que ha logrado combinar el modelo publicitario con los ingresos procedentes del pago directo a través de la suscripción o mecenazgo de sus suscriptores. En este sentido, también por la singularidad de la campaña de su financiación y lanzamiento, se destaca El Español, que a través de una campaña de crowdfunding consiguió recaudar más de 220.000€ en las primeras 24 horas y en los primeros días ya tenía más de 1.000 inversores y 500.000 de euros en caja para su lanzamiento.

También como medios *pure players* han surgido otros especializados en ofrecer información distinta a la que se plantea en la agenda de agencias y medios tradicionales. Se trata de un periodismo que busca y propone nuevos temas y enfoques, como la revista *on line* Contexto, y muchas veces incorporan también el análisis de datos, aportando elementos de visualización que complementan la información. Este es el caso de Datadista o Civio.

Dentro de los medios digitales *pure players*, otra categoría de medios son los que funcionan de forma colaborativa, como red de profesionales. Este es el caso de Indymedia, que forma parte del proyecto global Independent Media Center y que funciona como una red global de periodistas independientes que informan sobre temas políticos y especialmente de calado social, desde un enfoque crítico con respecto al capitalismo y tendencias como la globalización.

En esa misma línea, aunque desde un enfoque totalmente alternativo hay otros medios comprometidos con distintas causas o ideologías, como es el caso de Kaos en la Red, que propugna una comunicación alternativa y comprometida.

Y de forma paralela, ese debate y diálogo que impulsaban los medios de comunicación, cada vez más se trasladan a otros espacios que, aunque originariamente no fueron concebidos como medios de comunicación, aglutinan una gran audiencia dispuesta a discutir y analizar los temas de actualidad que aparecen en los medios de comunicación, creándose espacios de debate que vienen a funcionar como esferas públicas alternativas. Este es el caso de agregadores de contenidos y redes de usuarios, como Menéame.

En términos de audiencia, también se refleja la importancia de creciente de los medios nativos (*pure players*) con respecto a los medios tradicionales *on line*. Aunque ha habido distintos estudios de categorizar los medios nativos de comunicación nativos en Internet, estos listados quedan superados rápidamente por una realidad que hace difícilmente cuantificable el número de cabeceras digitales existentes en nuestro país. A pesar de la dificultad que supone establecer los criterios para la consideración de medio digital, distintos estudios estiman que en nuestro país el número de cabeceras de información general supera las 300 propuestas informativas. En España comScore monitoriza la audiencia de 333 medios digitales. En este grupo, no se incluyen otras modalidades informativas, tipo blogs y webs corporativas que también suponen un importante punto informativo en la red. Dentro de ese grupo se encuentran medios disímiles entre sí en términos audiencia, pues encontramos desde auténticos medios digitales con presencia mundial y más de 13 millones de usuarios, hasta pequeños medios digitales con 24.000 usuarios.

En términos de audiencia, según datos de comScore referentes a 2018, tan solo media docena de medios *on line* se sitúan en una franja de audiencia de entre 6 a 13 millones de usuarios únicos. Entre los medios nativos digitales más importantes, se sitúan El Confidencial, que con más de 13 millones de usuarios únicos se sitúa como el diario líder dentro de los nativos, seguido de El Español, diario digital que en muy poco tiempo desde su lanzamiento ha conseguido superar la barrera de los más de 10 millones de usuarios únicos. La lista

se completa con Eldiario.es, Ok Diario y Huffpost, con 9,6 y 8,6 millones de usuarios los dos últimos. Por su parte, el diario Público logra una audiencia muy similar a los anteriormente referidos. Y, por último, dentro del grupo de los grandes, se encontraría Voz Pópuli, que logra una audiencia de 3,6 millones de usuarios. Hasta completar la lista de más de 300 medios digitales de información general (categoría news/information) que monitoriza comScore, se sitúan cientos de medios mucho más pequeños. Sin embargo, la audiencia aglutinada de estos hace que sean un sector importante, aunque en términos de audiencia única no resulten una competencia real para los medios tradicionales digitales.

Los grandes periódicos tradicionales en la red superan en audiencia a los nativos, situándose elpais.com y elmundo.es entorno a los 20 millones de usuarios únicos. Le corresponde elpais.com ser el diario digital más leído en España con 19.729.000 usuarios únicos, casi empatado por elmundo.es con poco más de 17 millones de usuarios. Por lo tanto, le corresponde a la versión digital de ABC (que en internet, cuenta con 16.616.000 usuarios único) ser el medio tradicional más próximo a la audiencia del mayor medio nativo, esto es, El Confidencial.

La aparición de cada vez más medios nativos y el crecimiento que estos experimentan en términos de audiencia hace que el mercado publicitario se fragmente. Una parte significativa de los ingresos publicitarios se divide cada vez de forma más equilibrada entre los medios nativos digitales y los medios digitales con homólogo en papel. Mientras que los primeros optaron desde un primer momento por el modelo gratuito, financiado principalmente mediante ingresos publicitarios, los segundos, por su necesaria adaptación del modelo tradicional, en mayor medida, sin perder su interés por incrementar cuota publicitaria, centraron sus esfuerzos en el difícil camino de financiación mixta a través también de ingresos generados por el pago por contenidos de su audiencia.

Los datos del mercado de los medios digitales muestran un panorama complejo para los medios digitales, debido principalmente a dos aspectos: en primer lugar, se trata de un mercado cada vez más saturado debido a que las bajas barreras de entrada han permitido la creación de un gran número de publicaciones; además, la evolución tecnológica del mercado de la comunicación en internet nos sitúa en un contexto en el que se produce un oligopolio tecnológico, en manos principalmente de Google y Facebook, que controlan las plataformas.

El resultado es un sector de medios digitales con una oferta mucho más amplia, tanto en número de competidores, como en productos diferenciales. Dentro de esa mayor oferta de medios pequeños, alternativos, diferenciados se encuentra el medio Belleza en vena, que bajo un formato elaborado de blog evolucionado y buscando crear una comunidad activa de usuarios, ofrece contenidos equivalentes al de una revista *on line* especializada y, más concretamente, dentro de la clasificación de periodismo especializado, como un modelo de prensa femenina. Aunque se enmarque dentro de esta tipología, como señala Menéndez (2013), ese concepto resulta impreciso y vago, ya que aglutina a distintas visiones y valores del feminismo. Más allá, de cuestiones conceptuales que exceden el cometido de este análisis, podemos afirmar que Belleza en vena se trata de una revista femenina *on line*, con contenidos femeninos y con una audiencia mayormente constituida por mujeres.

### **3. Modelo de un medio nativo especializado: Belleza en vena**

El magazine *on line* Belleza en vena nació en 2009 bajo la forma de un blog y de la mano de María Eugenia León, periodista especializada en belleza con dilatada experiencia en el sector. De esta manera, la puesta en marcha de un medio *on line* permitía resistir a la crisis del papel, con un medio más flexible y reducido en costes. Se trataba de un medio digital que nacía para mantener la marca y el proyecto periodístico de una revista en papel que no logró sobrevivir a la crisis.

Ese pequeño espacio *on line* dedicado a la belleza evolucionó hacia el magazine actual con la apertura de un espacio humorístico, la incorporación de periodistas especializados en otros ámbitos (sociedad, viajes), personalidades públicas y expertos en moda (diseñadores) y gastronomía (chefs). Aparte de sus redactores fijos, Belleza en vena cuenta con la colaboración de profesionales que aportan artículos como firmas invitadas.

La directora del medio apostó por migrar del papel a internet y para ello implicó a las lectoras promoviendo la interactividad y veló por la credibilidad que se desprende de la elaboración profesional de sus contenidos. El magazine *on line* se sostiene económicamente gracias a la elaboración de talleres sobre maquillaje, sorteos y a las tarifas cobradas a las marcas por el análisis de sus productos y la redacción de reseñas sobre estos.

De forma deliberada han rehuido de incorporar a *influencers* como redactores o firmas invitadas, pues consideran que los lectores que buscan información sobre qué producto escoger no acuden a este tipo de

informadores que, sin embargo, resultan tan atractivos para las marcas por su liderazgo en las redes sociales: los consumidores de belleza buscan el consejo profesional de los redactores especializados.

La calidad de los contenidos de esta publicación nativa digital le ha valido el reconocimiento de otros medios de la competencia. Es el caso de Marie Claire, que en diciembre de 2017 lo recomendó entre los 15 medios de belleza con mayor prestigio. Un año después recibía el galardón Salón Look al medio *on line*.

El éxito de este medio nativo especializado también se refleja en su audiencia. Belleza en vena cuenta con 27.000 seguidores en Twitter y casi 33.000 en Instagram, además de 31,5 mil visualizaciones en su canal de Youtube. En este sentido, las redes sociales ofrecen un abanico de posibilidades a los editores que va más allá de la parte proporcional de los ingresos publicitarios generados a través de sus contenidos. Las redes sociales, como se ha señalado, son una puerta abierta para que sus usuarios lleguen a las páginas de los medios digitales. De hecho, además de ese porcentaje de visitas generadas desde las redes sociales, también los medios digitales pueden lograr un importante nivel de lectura e inclusive de conversión a suscripción de sus contenidos a través de las redes sociales. Y ese es el siguiente objetivo que están intentando lograr los medios digitales a través de las redes sociales.

#### **4. El modelo de medio nativo que apuesta por una causa: el feminismo en las redes**

El medio elegido para su estudio representa un ejemplo de medio digital especializado que apuesta por la defensa de unos principios o valores, y que debido a la naturaleza del mercado *on line* encuentra un nicho de audiencia. En el caso que nos ocupa, Belleza y moda propugna un modo de feminismo que, sin renegar de los estereotipos, busca mecanismos de defensa de un nuevo modelo de mujer proactiva en la lucha contra la discriminación de género.

Se trata, por tanto, de un periodismo femenino hecho por mujeres periodistas. La mujer se sitúa en el centro, siento tanto periodista redactora de la información, como destinataria principal del medio. Como señala Pérez (2011), un enfoque que puede parecer sexista, ya que “es la prensa femenina donde la presencia de la mujer está omnipresente en un tanto por ciento más elevado de todas las especialidades periodísticas”.

El medio elegido, esto es, Belleza en vena responde al modelo de revista femenina, en este caso en soporte de distribución digital y *on line*, cuyo rasgo más destacable es la especialización de sus contenidos, que giran en torno a temas propios de estas publicaciones, así como la publicidad, segmentada de acuerdo a los contenidos. Su público, por tanto, define los contenidos y viceversa. Dentro de este denominado contenido “femenino”, subyace una visión de lo femenino y la moda. Al respecto, muchos se preguntan por la compatibilidad del feminismo con el mundo de pompa y artificio de la belleza y la moda.

Presentamos a continuación otros argumentos esgrimidos en favor de la moda, entendida no ya como actor inocuo o indiferente al feminismo, sino como herramienta de lucha para conseguir la igualdad entre hombres y mujeres. Aunque la industria de la moda y la belleza explote la rentabilidad económica de la difusión del feminismo, el mensaje transmitido desde Belleza en vena aporta, para su equipo directivo, contenido siempre rompedor, sano y beneficioso para la causa feminista.

Para analizar cómo los jóvenes perciben el papel de la prensa en el feminismo, se realizó una encuesta a modo de estudio piloto realizado entre 40 estudiantes de primero y cuarto de Periodismo de la Universidad de Málaga. El objetivo es evaluar la percepción que estos tienen del mensaje que transmiten los medios digitales respecto al feminismo. Las preguntas fueron encaminadas a conocer cómo perciben estos lectores la imagen que se transmite desde los medios digitales.

Los resultados de la encuesta muestran que la mayor parte de los encuestados mostraron su preferencia para informarse sobre estas cuestiones en revistas *on line*, tales como Vogue y Elle. En segundo lugar, destacaron blogs especializados y canales de Youtube, como los de Ratolina y Dulceida.

Con respecto al papel que juega actualmente el feminismo, una gran parte de los encuestados consideran que se trata de una cuestión de moda. Medios de comunicación como los anteriormente citados, según los encuestados, adoptan este enfoque por una cuestión de moda. En esa misma línea, se entiende que una clara unanimidad (91% de los encuestados) estuviera de acuerdo en que los medios enfocados a cuestiones femeninas y de moda son oportunistas al adoptar el mensaje feminista.

Sin embargo, a pesar de ello, la percepción del 40,9% de los alumnos de primero y del 30,8% de los de 4º es que el papel de estos medios es positivo para la causa femenina, mientras que para el resto de los encuestados es un hecho negativo, ya que los medios denominados “femeninos” entorpecen o dificultan la correcta defensa de esos valores que defiende el movimiento feminista.

Como respuesta a la pregunta de si los medios de comunicación dedicados a la moda y la belleza pueden velar por la difusión del feminismo, pedimos a los encuestados mostrar su acuerdo o desacuerdo con esta afirmación. En general, feministas activistas y futuros periodistas se preocupan por la mercantilización del feminismo, el mantenimiento de roles de género y cánones de belleza inalcanzables que estos medios procuran, aunque la mayor parte de los encuestados se muestran interesados por los temas que dichos blogs y revistas tratan.

## 5. Conclusiones

Los medios nativos digitales han surgido en Internet proponiendo una alternativa a los medios tradicionales que, a modo de extensión, también tienen sus medios digitales en la red. Sin embargo, en estos últimos el modelo comunicativo que se observa es muy similar al de sus homólogos tradicionales, tanto en la agenda que siguen, como en los enfoques noticiosos. Al respecto, merece interés la reflexión sobre las diferencias cualitativas de agenda y enfoques que se observan en los medios digitales nativos (*pure-players*). En este sentido, la primera observación es la existencia de numerosos medios nativos que apuestan por la especialización y por un periodismo comprometido con una causa.

Uno de esas causas es el feminismo. En el artículo se analiza el papel que juega un medio digital nativo, como es Belleza en vena, y cómo éste propone un modelo periodístico de medio especializado. Su contenido temático está basado en la femineidad normativa, concepto acuñado por Menéndez y Figueras (2012). Por tanto, la revista *on line* es una revista de mujeres, dirigidas por mujeres y que tienen como finalidad el universo temático de lo femenino, que aborda no solo la belleza y el consumo asociado a esta faceta, sino una serie de cuestiones de interés más genérico, pero siempre desde el punto de vista femenino. No propugna tanto el modelo de mujer ideal, sino el real. La construcción simbólica del universo femenino se basa en una visión de la mujer dentro de un contexto real, donde la belleza y la moda son una parte importante, pero no única de la definición del modelo femenino. Así, más allá de otros ámbitos temáticos anexos, como el hogar y la cocina, la revista Belleza y moda aborda otros temas, tales como el medioambiente, la lectura, lo artístico y cultural, etc...

El reto de publicaciones como Belleza en vena es generar modelos comunicativos en los que el feminismo tenga espacio propio. Se contribuye, por tanto, a generar espacios de debate que fomenten un imaginario femenino y en el que se debatan las perspectivas de género. La publicación elegida representa un modelo de comunicación *on line* para un feminismo global. Por lo tanto, dentro de una misma temática, compartida por el universo de las publicaciones femeninas, este es un ejemplo de contenidos temáticos que aportan una visión del feminismo. Además, se observan rasgos específicos de la prensa femenina en elementos discursivos, tales como los espacios de debate e intercambio de opiniones, de consulta, espacios reservados a cuestiones de solidaridad y cuidado, inclusive referentes a la intimidad.

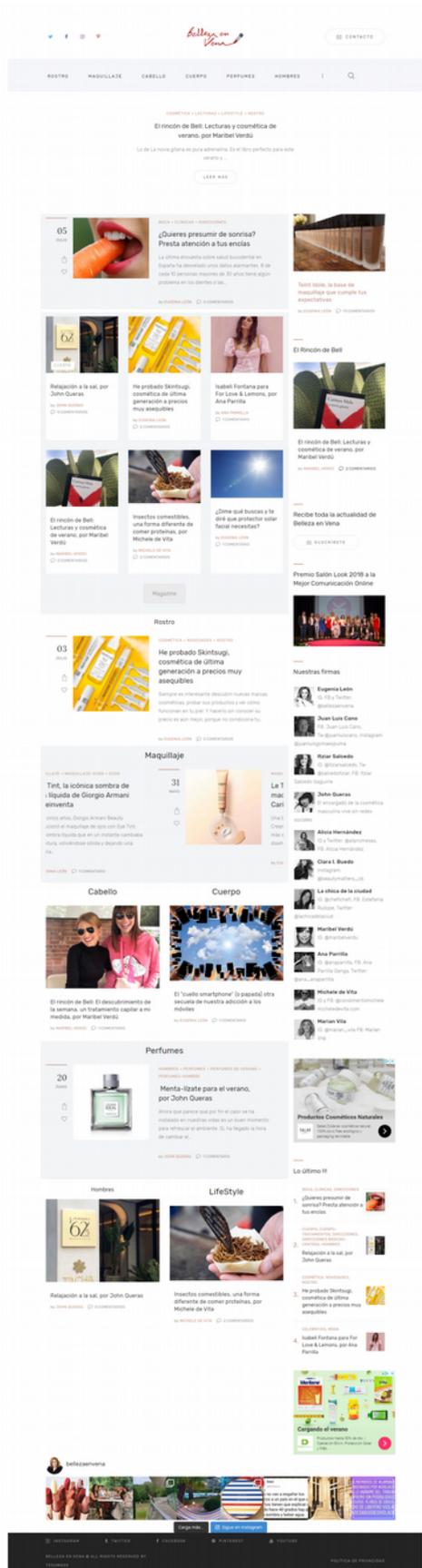
Desde el feminismo hay cierto consenso sobre la agenda de cuestiones prioritarias que deben tener repercusión en los medios. Y en este sentido, los medios digitales son espacios clave en los que esa agenda feminista y de igualdad se puede tener en cuenta para, de esa manera, contribuir al debate social que ya está teniendo lugar en otras esferas de la sociedad.

## 6. Referencias

- Alonso, J., & Martínez, L. (2003). "Medios interactivos: Caracterización y contenidos", en Díaz Noci, J. & Salaverría, R. (Coords.). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Guallar, J. (2010). "Prensa digital en 2009". Anuario ThinkEPI. Barcelona.
- Menéndez, M. I. & Figueras, M. (2013). La Evolución de la prensa femenina en España: de La Pensadora Gaditana a los blogs. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 25-48.
- Menéndez, M. I. M. (2013). Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(1), 191-206.
- Perez, O. (2011). "Hitos del periodismo femenino: vicisitudes, estilo y victoria del siglo XXI", en Mateos, C.; Ardèvol, A. & Toledano, S. (Coords). *La comunicación pública, secuestrada por el mercado* (pp. 35-36). Universidad de La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Salaverría, R. (Coord.) (2005). *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social.

Zurita, J. L (2018). “Innovación y tecnología para un periodismo digital de calidad”, en Vega, A. & Stendardi, D. (Coords.) *De la innovación imaginada a los procesos de cambio* Universidad de La Laguna: Servicio de Publicaciones (pp.111-120).

7. Anexo (web Belleza en vena)





**EL PERIODISMO DE VIDEOJUEGOS DESDE UNA PERSPECTIVA FEMINISTA Y DE GÉNERO. LAS PERIODISTAS ESPECIALIZADAS ANTE EL ACOSO Y LA DISCRIMINACIÓN EN ESPAÑA DENTRO DE LAS REDES SOCIALES**

*THE JOURNALISM OF VIDEO GAMES FROM A FEMINIST AND GENDER PERSPECTIVE. THE SPECIALIZED JOURNALISTS BEFORE HARASSMENT AND DISCRIMINATION IN SPAIN WITHIN THE SOCIAL NETWORKS*

**Manzano-Zambruno, Laura**

Universidad de Sevilla  
lauramanzam@gmail.com

**Paredes-Otero, Guillermo**

Universidad de Sevilla  
gparedes@us.es

**Resumen:** El videojuego es el sector audiovisual más lucrativo en España, por encima de industrias como el cine (AEVI, 2019). Paralelamente, sólo un tercio de los directivos de la UE eran mujeres en 2017 (INE y Eurostat, 2018), mientras que realidades como el acoso laboral carecen de estadísticas por ser difíciles de cuantificar. Esta investigación es un estudio transversal del videojuego desde la óptica del periodismo y el género. Partimos de que las periodistas especializadas sufren acoso y discriminación por su género, sobre todo en el entorno digital. De ahí que el objetivo sea profundizar en la rutina laboral atendiendo a situaciones discriminatorias. A través de entrevistas semiestructuradas a periodistas especializadas se hará un perfil de la situación en la que la mujer informa sobre el videojuego, las asignaturas pendientes para lograr la igualdad de género y el papel que cumplen las redes sociales.

**Palabras clave:** Acoso, feminismo, mujeres periodistas, periodismo especializado, videojuegos

*Abstract: Video game is the most lucrative audiovisual sector in Spain, above industries such as cinema (AEVI, 2019). In parallel, only a third of the EU's executives were women in 2017 (INE y Eurostat, 2018), while realities such as workplace harassment lack statistics because they are difficult to quantify. This research is a cross-sectional study of the video game from the perspective of journalism and gender. We assume that specialized journalists suffer harassment and discrimination based on their gender, especially in the digital environment. Hence, the objective is to deepen the work routine in response to discriminatory situations. Through semi-structured interviews with specialized journalists, a profile will be made of the situation in which women report about video games, pending subjects to achieve gender equality and the role of social networks.*

*Key words: Harassment, feminism, women journalists, specialized journalism, video games*

## 1. Introducción

### 1.1. El sector del videojuego en España

Con una facturación de 1.530 millones de euros en 2018, el videojuego es el sector de ocio audiovisual más lucrativo en España, por delante de otras industrias culturales como el cine -585,7 millones de euros- o la música -237,2 millones de euros- (AEVI, 2019). En la esfera internacional, donde se generó 134.900 millones de dólares (DEV, 2019), el territorio español es el noveno país que más dinero factura a través del ocio interactivo.

Esta relevancia viene a raíz de que actualmente estamos inmersos en un proceso de gamificación/ludificación de la sociedad (Muriel y Crawford, 2018), es decir, el videojuego se está introduciendo en ámbitos o “contextos que no son lúdicos” (Deterding et al, 2011). Por ejemplo, como elemento motivacional para hacer más fácil y atractivo el aprendizaje (Gros, 2008), opción universitaria y punto de partida para una carrera laboral, no solamente en el desarrollo de videojuegos sino como profesional en los eSports o deportes electrónicos (Chanson, 2017), sector que tiene una audiencia en España de 6,9 millones de seguidores, más de 300 trabajadores y más de 100 jugadores profesionales (AEVI, 2019). También es una herramienta periodística con la que informar de la actualidad, de ahí el término de *newsgames* (Bogost et al, 2010) o a través de tecnología ligada al videojuego como la realidad virtual o realidad aumentada. Esto hace que actualmente se hable de un periodismo inmersivo en el que el usuario puede interactuar con los elementos del relato y los datos.

Al mismo tiempo la influencia de los videojuegos ha superado su propia frontera y llegado otras artes culturales como en el caso del cine, donde existe un amplio listado de ejemplos en la gran pantalla que son adaptaciones de sagas vistas en el ocio interactivo como *Street Fighter* (1994), *Mortal Kombat* (1995), *Tomb Raider* (2001, 2003, 2018), *Resident Evil* (con una franquicia de seis películas desde 2001), o *Assassin's Creed* (2016). Esta influencia es recíproca ya que el cine a su vez inspira a los videojuegos, surgiendo productos considerados de películas interactivas debido a su aspecto cinematográfico (Villalobos, 2014; Agulló, 2015) como ocurre con títulos como *The Last of Us*, *Detroit: Become Human*, *Uncharted* o *Life is Strange*.

La compra de artículos relacionados con los videojuegos que salen a la venta, como camisetas, posters, figuras, tazas, libros y música entre otros accesorios, también son una práctica ligada al ocio interactivo. Como destacan Muriel y Crawford (2018) “consumir estos objetos es una forma de extender la experiencia del videojuego más allá del acto de jugar al juego” (p. 49).

Esta ludificación de la sociedad hace que hablemos de la existencia de una cultura del videojuego, entendida por Muriel (2017) como “la institucionalización de las prácticas del videojuego, experiencias y significados en la sociedad contemporánea en la que los videojuegos y la acción de jugar ocupan una parte importante de nuestro imaginario social” (p. 42). De ahí que el ocio interactivo no sea considerado en la actualidad como un simple producto (Levis, 1977; Lafrance, 1994; Law, 2016) sino como un “fenómeno cultural basado en un producto digital que requiere de la interactividad del usuario para su funcionamiento y con una trascendencia más allá de la esfera del entretenimiento” (Paredes-Otero, 2019, p. 141).

### 1.2. El periodismo especializado español en videojuegos

Esta relevancia del videojuego en la sociedad justifica la existencia de que exista un periodismo especializado en el ocio interactivo que se dedique a informar sobre la actualidad del sector (Sáez y Chover, 2015). Precisamente con esta finalidad surgieron las primeras revistas dedicadas a videojuegos, para responder a la “necesidad de información por parte de los jóvenes usuarios que en los años 80 no tenían forma de conocer que títulos llegaban al mercado español ni sus características” (Muñoz y Sebastián, 2010, p. 219). En España fue la publicación bimensual *ZX* la encargada de dar origen a este tipo de periodismo en 1983, sentando las bases de dicha especialización con análisis de juegos atendiendo a factores concretos como los gráficos, el sonido o los tiempos de carga (Martínez, 2016). A esta cabecera siguieron otras como *MSX Club* (1984) e *Input MSX* (1985), las cuales además incluían páginas completas de líneas de código para que los lectores pudieran programar sus propios juegos. Al margen de la revista, el objetivo final de estas publicaciones no era otro que ser una guía de compra que asesorara a los lectores de forma crítica si merecía la pena comprar un juego (Muñoz y Sebastián, 2010).

No obstante, fue *Microhobby* (1984) la que se convirtió en un referente en el periodismo especializado en videojuegos (Martínez, 2016) al incluir no solamente textos periodísticos en forma de noticias y reportajes

sino secciones que serían imitadas por publicaciones posteriores como consultorio de los lectores, apartados de trucos y listados de los juegos más vendidos. Además los análisis eran más profesionales y descriptivos<sup>10</sup>. El *boom* de revistas especializadas visto en los años 90, con el lanzamiento de cabeceras como *Hobby Consolas*, *Nintendo Acción*, *PlayStation Magazine*, *Todo Sega*, *Marca Player*, *Dreamcast Revista Oficial*, etc., no hizo mantener esta forma de informar sobre videojuegos.

Los principales cambios en el periodismo especializado en videojuegos se han producido a raíz de las dos últimas crisis periodísticas —tecnológica (2000) y financiera (2010)— (Aladro Vico, 2013). La aparición de Internet supuso que los medios tuvieran que evolucionar y adaptarse de un proceso informativo analógico a uno digital. Salaverría y Cores (2005) destacan una evolución de los géneros periodísticos compuesta por cinco fases que comprende desde la simple repetición de la información de la edición impresa a la web hasta la creación de nuevos medios periodísticos. Al mismo tiempo encontramos un nuevo tipo de lectores, un cambio generacional compuesto por jóvenes que prefieren el consumo de noticias a través de las redes sociales que a través de soportes tradicionales (Casero, 2012). A esto hay que sumarle la última crisis económica con medios apostando por la reducción de gastos y despidos masivos de periodistas dando lugar a la necesidad de redefinir la profesión (Casero y Cullell, 2013). Estas situaciones implicaron la desaparición de prácticamente la totalidad de las cabeceras en papel y el surgimiento de cientos de medios *online* con una correspondiente revolución a la hora de informar, “pasando de ser simples revistas adaptadas a Internet a incluir herramientas que las han convertido en verdaderas comunidades virtuales” (Muñoz y Sebastián, 2010, p. 222)

De forma paralela a la inmediatez propia de los medios *online* (Díaz Noci, 2002) y ser los primeros en informar sobre la actualidad, hay proyectos periodísticos recientes que aún apuestan por el papel y por ofrecer contenidos atemporales y de calidad. Son los casos de *Games Tribune Magazine* y *Manual* que apuestan por un modelo de negocio basado en el micromecenazgo (Manfredi, 2015), donde los ejemplares van únicamente destinados a los lectores que previamente han pagado por una suscripción<sup>11</sup>. Ambos son ejemplos además de innovación en cuanto a periodismo se refiere con periodistas emprendiendo sus propios proyectos informativos (Martínez-García, 2016) y alejándose de la publicidad como forma de financiación.

En cuanto a los medios generalistas, éstos siempre se han caracterizado por ofrecer una información escasa y simple sobre videojuegos. El valor social y cultural del videojuego así como su importancia como industria cultural no se refleja en los medios de comunicación, sobre todo en los periódicos impresos, quedando en un segundo plano las informaciones sobre los juegos electrónicos (Trenta y Pestano, 2009). En esta línea, los medios generalistas ofrecen un discurso simplificado de los videojuegos. El tratamiento informativo se basa en la faceta tecnológica o en la rentabilidad económica (López-Redondo, 2012; Martínez, 2014). Sin embargo, para autores como López-Redondo (2019) esta tendencia, gracias al cambio generacional con profesionales que llevan usando videojuegos toda la vida, parece estar cambiando. “Cada día tiene mayor presencia, con un tratamiento que cada vez acerca más el videojuego al ámbito cultural y le libera de su concepción como producto netamente tecnológico o como un mero juguete” (p. 181). Precisamente sobre cómo se percibe el videojuego y su especialización periodística dentro del panorama mediático tratan algunas de las cuestiones planteadas a las periodistas para las entrevistas realizadas para esta investigación.

### 1.3. La mujer en el videojuego

#### 1.3.A. La mujer gamer

Atendiendo a los datos del *Anuario 2018. La industria del videojuego en España* ofrecido por la Asociación Española de Videojuegos (AEVI, 2019) en España hay 16,8 millones de usuarios de videojuegos (6,3% más que el año anterior), de los cuales el 41% corresponde a mujeres. Por lo tanto, el videojuego es una opción de entretenimiento que va en aumento y practicada por personas de todas las edades, independientemente de si son hombres o mujeres. En rangos de edad y dentro del público femenino, son las comprendidas entre los 25 y los 34 años quienes más consumen con un 10% de usuarias, seguidas de quienes tienen entre 15 y 24 años (9%).

Con estas cifras, se rompen los estereotipos ligados desde prácticamente la concepción del ocio interactivo en los años 70 que relacionan esta actividad exclusivamente a los hombres, niños principalmente. Como

<sup>10</sup> La colección de revistas está digitalizada y puede consultarse a través de <https://retroinvaders.com/es/revistas/seed/41/page/180>

<sup>11</sup> En el caso de *Manual*, algunos ejemplares sí que llegan a venderse en kioscos pero se trata de una tirada muy reducida.

indicaba Levis (1997) “los adultos muestran un cierto recelo o pudor en reconocer públicamente que ‘pierden el tiempo’ jugando a los ‘marcianitos’. Existe el temor de que esta actividad sea considerada socialmente reprobable” (p.180). El autor no aceptaba la ausencia de mujeres sino que destacaba la escasez de juegos atractivos para el público femenino. La ausencia de la mujer en el videojuego -independientemente de su edad- era atribuida por Provenzo (visto en Levis, 1997) en 1991 a que ellas estaban menos predispuestas debido a las dificultades que tenían para adaptarse a las habilidades y destreza requeridas para jugar. Afirmación que es rechazada por estudios como los de Gil y Vall-llovera (2009) donde se afirma que las niñas juegan a títulos estereotipados como no estereotipados, aunque su preferencia sea la de aquellos con escenarios fantásticos y muchas actividades por hacer. La realidad actual en cuanto a usuarias se refiere es muy diferente.

### 1.3.B. La mujer profesional de los videojuegos

Las diferencias son mayores cuando hablamos de la mujer que busca hacer del ocio interactivo su salida laboral. España terminó 2018 con 12.991 profesionales vinculados a la industria española de desarrollo de videojuegos, de los cuales un 16,5% corresponde a empleo femenino, según cifras del *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2018* (DEV, 2019). Esta escasez de presencia de la mujer en el desarrollo de videojuegos es ilustrada en dicho informe a la hora de hablar de los perfiles que componen los equipos que producen videojuegos. Éstos se componen por un total de un 80% de hombres y solamente un 20% de mujeres. Al mismo tiempo, cuando la desarrolladora se compone de una sola persona “ésta es casi exclusivamente de sexo masculino, mientras que a medida que el equipo base crece, gracias a la creación de empresas, la presencia de la mujer llega a alcanzar el 50 % del equipo” (p. 59). Las funciones que ocupan dentro del desarrollo también son diferenciales: ellas participan principalmente en el doblaje y en tareas de producción mientras que el trabajo técnico es ejercido por hombres.

Alvarado (2018) justifica esta escasez de mujeres en el desarrollo de videojuegos debido a que desde muy temprana edad se crean barreras para disfrutar del tiempo ocio, haciendo que actividades relacionadas con la informática hayan estado relacionadas al sector masculino, de ahí que años más tarde haya falta de mujeres en las carreras de programación. “Esto se debe a que las mujeres que han jugado desde niñas tienen cuatro veces más posibilidades de interesarse en el área de la informática” (p. 286). A nivel general, si bien es cierto que la cantidad de mujeres relacionadas con el sector del ocio interactivo ha aumentado, este crecimiento no se corresponde con la sensación de apertura que tiene el público, “creemos que hay muchas mujeres porque el marketing ha optado ahora por ponerlas en la foto” (Trivi, 2018, p. 61).

Al margen del desarrollo de videojuegos, una alternativa profesional relacionada con el ocio interactivo son los eSports o deportes electrónicos, opción que destaca en cuanto a seguidores pero no de igual forma en cuanto a profesión si se trata de mujeres. Según el *Libro Blanco de los eSports en España* (AEVI, 2018), en España había en 2017 5,5 millones de seguidores y entusiastas de los deportes electrónicos, de los cuales un 30% son mujeres. Sin embargo, “la presencia de la mujer aún no se plasma suficientemente en la escena competitiva, donde muy pocas mujeres han competido a alto nivel” (p. 39), hasta el punto de no ofrecer cifras de cuántos de los 300 profesionales y 100 jugadores que se dedican a ello son mujeres. No obstante, sí que existen tanto equipos de eSports femeninos como *Zombie Unicorns* o *UCAM Penguins* que han participado en torneos como ligas femeninas que van abriéndose hueco en busca de la igualdad en el videojuego.

En cuanto a la profesión periodística, la función de la mujer en los medios especializados es reducida a locutar y ser la imagen en los vídeos, así como copiar notas de prensa o analizar los juegos que tienen menor relevancia (Trivi, 2018). “De escribir opinión, muchas veces quedan relegadas a ser la persona que se ocupa en exclusiva de aplicar perspectiva de género en los análisis” (p. 61). El problema radica en que las piezas periodísticas que presentan dicho enfoque son propensas a generar un acoso desafortunado (Gómez, 2018). “Cualquier mujer que ha levantado la voz y señalado esta injusticia y desigualdad ha sufrido las represalias de una red de acosadores perfectamente integrada en los engranajes del medio” (p. 70). No obstante, esta autora destaca la importancia de la mujer con consciencia feminista dentro de este gremio —prácticamente inexistentes e invisibilizadas— capaces de hacer que otras mujeres generen su propia consciencia feminista como si de un “círculo vicioso” (p. 71) se tratase.

De igual modo y atendiendo a las cifras, la presencia de mujeres periodistas especializadas en videojuegos es anecdótica dentro de las redacciones, viviendo unas “condiciones laborales más precarias que las de sus homólogos masculinos” (p. 79). De ahí que en los últimos años hayan aparecido iniciativas como *Todas Gamers* o *Terebi Magazine*, creadas exclusivamente por mujeres donde pudieran visibilizar su trabajo.

#### 1.4. Las sociedades formalmente igualitarias desde una perspectiva feminista y de género

De Miguel habla de “sociedades formalmente igualitarias” para referirse a aquellas en las que “las normas de la diferencia sexual no se difunden desde la ley, ni desde el Estado ni desde la educación formal”, sino principalmente a través de las industrias culturales “que ofrecen un consumo diferenciado para chicas y chicos” (2015, pp. 36-37). Esta distinción se traduce en la imposición de normas de comportamiento asignadas según el sexo de cada persona, difundiendo “poderosas imágenes en torno a cuál es la identidad correcta, no desviada, de una chica y la de un chico” (p. 36). Lo habitual es reconocer que existió la desigualdad entre hombres y mujeres, pero que a día de hoy ya se ha superado, olvidando así “un conocimiento esencial: esa desigualdad ha ido cediendo por la lucha organizada de millones de mujeres”, no por el devenir natural de la historia (p. 34). Igualmente, se trata de un comportamiento generalizado el aplaudir al feminismo del pasado, pero considerar que “el del presente siempre se excede. Las cosas ya están ahora y siempre bien y ya han llegado a su deseable equilibrio” (Valcárcel, 2008, p. 144).

El patriarcado, que Puleo define como “un sistema de organización social en el que los puestos clave de poder (...) se encuentran, exclusiva o mayoritariamente, en manos de varones” (2006), se identifica fácilmente cuando es de coerción, que es aquel que se relaciona con el pasado de los países occidentales y se caracteriza por mantener “unas normas muy rígidas en cuanto a los papeles de mujeres y hombres” (Puleo, 2006). Éste convive con un tipo de patriarcado que, inscrito en una sociedad formalmente igualitaria, muta en “patriarcado de consentimiento”, un sistema en el que es el propio sujeto quien cumple el mandato, sin necesidad de reglas escritas y que, por ello, es más difícil de acotar (Puleo, 2006). Esta autora pone el ejemplo de la “feminidad normativa” (2006) en la que Wolf profundiza en su obra *El mito de la belleza* (1991). El “mito de la belleza” conceptualiza la creencia de que existe un modelo único y consolidado de belleza, bajo el argumento de que éste es universal y objetivo: “Las mujeres deben aspirar a personificarla y los hombres deben aspirar a poseer mujeres que la personifiquen” (p. 15). Cabe destacar que el mito de la belleza se refiere más a una conducta que a una apariencia, la de la obediencia a las normas, aunque para ello sea necesario competir con otras mujeres (p. 17).

La negación de las desigualdades entre hombres y mujeres no es algo exclusivo de nuestro tiempo, pues siempre se ha producido de una u otra forma (de Miguel, 2015). Para estos desequilibrios se han buscado siempre excusas que liberasen de responsabilidades a quienes tenían la opción de cambiar el funcionamiento del sistema. Fernández-Martorell (2018) explica cómo la mujer pasó de ser considerada una versión imperfecta, en el sentido biológico, del hombre, para después adentrarse en el régimen de la complementariedad de los sexos, que asignaba unas funciones a los hombres y a las mujeres, argumentado también con diferencias biológicas. A día de hoy, los roles ya no se justifican recurriendo a lo físico, sino que se ha producido una re-erotización de la diferencia sexual a través de lo que Gill denomina el “Mars/Venus discourse” (2007, p. 9). Tras esta fórmula se puede localizar al patriarcado que, al ser metaestable, se expresa en formas que “se van adaptando a los distintos tipos históricos de organización económica y social, preservándose en mayor o menor medida” (Puleo, 2006). La ideología patriarcal “está tan firmemente interiorizada, sus modos de socialización son tan perfectos que la fuerte coacción estructural en que se desarrolla la vida de las mujeres presenta, para buena parte de ellas, la imagen misma del comportamiento libremente deseado y elegido” (de Miguel, 2015, p. 213).

El patriarcado, en tanto que estructura de dominación, constituye un habitus, es decir, un “sistema de las disposiciones socialmente constituidas que, en cuanto estructuras estructuradas y estructurantes, son el principio generador y unificador del conjunto de las prácticas y de las ideologías características de un grupo de agentes” (Bourdieu, 2002, p. 106). La dominación masculina es uno de los sistemas de dominación que se perpetúa con más facilidad por cómo es asumido por sus dominadas, quienes se encuentran en “sumisión paradójica” (Bourdieu, 2000, p. 11), sostenida por “unas categorías construidas desde el punto de vista de los dominadores, haciéndolas aparecer de ese modo como naturales” (pp. 50-51). Es por eso que evaluar la situación y las decisiones de cada mujer argumentando que parten, únicamente, de su libre elección resulta un análisis incompleto e impreciso: “Se apela a la libre elección como si esta fuera el fundamento del feminismo, y se resta valor al análisis de una estructura social generizada y patriarcal que actúa determinando de forma coactiva las elecciones de las personas” (de Miguel, 2015, p. 339). Esta clase de análisis se relaciona con el posfeminismo, en el sentido de que se trata de un enfoque que evita ofrecer explicaciones estructurales (Gill, 2016) y, en consecuencia, sostiene que todas las acciones emprendidas por las mujeres son fruto de su libre determinación: “It presents women as entirely free agents, and cannot account for why, if women are just pleasing themselves, and following their own autonomously generated desires, the resulting ‘look’ is so similar” (Gill, 2007, p. 260).

Bajo esta suposición, “lo que se hace es dejar la estructura de poder intocable” (de Miguel, 2015, p. 146) y entender la desigualdad de género como un problema particular, no estructural. Es por estas dinámicas que “cuando las mujeres colocan un espejo que refleja su exclusión, en general, los compañeros no la reconocen como tal. Y, de repente, se recurre al mérito para justificar la exclusión” (p. 332). Si acudimos a los datos disponibles referentes al campo profesional que nos ocupa, el periodismo, se puede comprobar que, aunque las mujeres sean mayoría en las facultades, tras graduarse “sólo ocupan el 10,9% de los puestos de dirección, dirección adjunta, subdirección y redactor jefe en los medios impresos; el 7,8% en los audiovisuales (directoras y editoras de informativos, directoras de programas de radio y televisión) y sólo el 3,9% de los responsables de contenidos en los medios digitales son mujeres” (Peinado Miguel, 2019, p. 26). El techo de cristal es la expresión que viene a nombrar esta realidad, la cual se refiere a “una serie de mecanismos y sistemas de selección y cooptación que daban como resultado que, a formación homóloga, las mujeres nunca obtuvieran las metas que se correspondían con sus disposiciones” (Valcárcel, 2008, p. 137). El criticado objetivo de la paridad simplemente pretende garantizar “el cumplimiento de la meritocracia cuando la cooptación pura y simple no la asegura” (p. 107).

La brecha salarial es otra realidad que refuta la afirmación de que la igualdad ya se ha conseguido. Según datos de 2016, recopilados por el INE y Eurostat (2018), las mujeres europeas cobran de media un 16,2% menos que los hombres. Fraser considera que para reducir esta brecha las soluciones no deben ir sólo encaminadas a lo económico, pues de este modo “no luchan contra los significados sexistas que cifran las ocupaciones en el sector servicios, mal remuneradas, como ‘trabajo de mujeres’, desprovisto en gran medida de inteligencia y destreza” (2015, p. 204).

Este mismo informe (INE y Eurostat, 2018) cuenta que, según datos de 2017, a mayor cantidad de hijos, mayor es la diferencia en las tasas de empleo entre hombres y mujeres: con tres o más hijos, el 57% de madres tiene trabajo fuera de casa, mientras que en los padres asciende al 85%. Son también ellas las que, independientemente de disponer de un trabajo remunerado, emplean más horas en las labores del hogar y los cuidados. Según datos de 2016, en España el 95% de las mujeres entre 25 y 49 años se ocupan del cuidado de los hijos, frente al 68% de los hombres en el mismo rango de edad. En el caso de las tareas domésticas, un 84% de las mujeres las asumen, mientras que sólo un 42% se responsabiliza de ellas. Son estos datos sólo algunos de los argumentos que hacen posible defender que, en una sociedad formalmente igualitaria como la nuestra, la igualdad real entre hombres y mujeres es una meta que queda aún por alcanzar.

### 1.5. Los usos y conflictos del feminismo con las redes sociales

Las redes sociales han demostrado ser de gran utilidad para el movimiento feminista. En primer lugar, se han convertido en un canal a través del cual concienciar a sus usuarias y usuarios (Sill et al, 2016) y también un medio en el que resulta accesible familiarizarse con la terminología feminista (Keller et al, 2018). En un estudio consistente en una serie de entrevistas, realizado por Keller, Mendes y Ringrose, las mujeres participantes reconocieron que fue gracias a las redes sociales que empezaron a identificarse como feministas (2018). Otro trabajo califica a este entorno como un lugar en el que se genera mayor sensación de seguridad que en un encuentro *cara a cara* para conversar sobre feminismo (Mendes et al, 2018). Vitis y Gilmour son también partidarias de las redes sociales por considerarlas un instrumento para denunciar y responder ante el acoso (2017). En esta línea, Khoja-Moolji expone que el *hashtag* #BringBackOurGirls inició una campaña tras el secuestro en 2014 de trescientas estudiantes en Chibok (Nigeria) con el objetivo de presionar a los gobiernos nigeriano y estadounidense, y que así se involucrasen y se comprometiesen con solucionar lo que estaba sucediendo (2015).

A los *hashtags* se le atribuye la potencialidad de generar bloques políticos que, como en el caso de #BringBackOurGirls, sirvan como métodos de presión, pero también la capacidad para conformar redes de apoyo y solidaridad que arropen a las supervivientes de violencias sexuales que se animan a compartir sus experiencias (Mendes et al, 2018). La popularidad que han alcanzado los *hashtags* para respaldar determinadas estrategias dentro del feminismo, ha dado lugar al término *hashtag feminism*, el cual se refiere sencillamente a este tipo de manifestaciones en redes sociales. Más que identificarse como una nueva ola, aparece en la escena teórica como una herramienta para seguir problematizando supuestos como la existencia de una dimensión hegemónica dentro del movimiento feminista (Rodino-Colocino, 2014) o para reflexionar acerca de la intersección entre lo individual y lo colectivo (Baer, 2016).

Sin embargo, las virtudes de las redes sociales no son suficientes para liberarlas de la desigualdad y la violencia. Explican Inés Crosas Remón y Pilar Medina-Bravo que el riesgo para una mujer de sufrir una agresión *online* “parece aumentar considerablemente cuando esta se encuentra involucrada o defiende

públicamente proyectos feministas” (2019, p. 54). Estas autoras han identificado gracias a su investigación sobre “ciberviolencia antifeminista” que, concretamente en los comentarios en vídeos de YouTube, el humor y el sarcasmo son recursos habituales a la hora de desacreditar a las mujeres que se atreven a hablar sobre feminismo, a pesar de que en un alto porcentaje las personas que comentan desconocen la finalidad del movimiento o incluso la confunden con la búsqueda de la supremacía femenina (Crosas Remón y Medina-Bravo, 2019). No sólo han demostrado ser un lugar hostil para las mujeres y para las mujeres feministas, sino que también dificultan un relato que reúna la complejidad necesaria para que éste ofrezca una visión completa de las cuestiones sobre las que se pretende dar cuenta. Así lo explica Khoja-Moolji con el caso concreto de #BringBackOurGirls: “*hashtag feminism around #BringBackOurGirls creates equivalence between remarkably different groups—Boko Haram, Al-Qaeda, the Taliban—as if the causes of their actions were singularly the result of extremist interpretations of Islam*” (2015, p. 2). Se trata de un medio en el que es prácticamente imposible desmontar argumentos basados en la libre elección (Miguel, 2015) y, en cambio, es fácil aprovechar discursos que ya están en circulación (Khoja-Moolji, 2015). Igualmente, cabe señalar que la visibilidad y la exposición de ciertos debates no son sinónimos de solución a los problemas que ocupan a la agenda feminista (Zarkov y Davis, 2018) y que, en realidad, aún no está claro cómo estas reivindicaciones *online* pueden contribuir a cambiar las persistentes diferencias estructurales entre hombres y mujeres (Hearn, 2018), con el peligro adicional de que, aunque no solventen la situación, generan sensación de justicia y pueden acabar sustituyendo al verdadero proceso judicial (Pipyrou, 2018).

### 1.5.A. Los casos de Gamergate y Gaming Ladies

Si bien los videojuegos atraen la atención de ambos géneros en un porcentaje que se acerca a estar igualado, existen casos que evidencian que éste no es aún un entorno amigable para las mujeres, tal y como ilustran casos como el *Gamergate*. Se trata de un movimiento, muy vinculado a un *hashtag*, #Gamergate, que se inició por parte de algunas personas que percibían una falta de ética en el periodismo de videojuegos, pero desencadenó en “a campaign of systematic harassment of female and minority game developers, journalists, and critics and their allies” (Massanari, 2017, p. 330). Las principales perjudicadas fueron la crítica Ana Sarkeesian y las desarrolladoras Zoe Quinn y Brianna Wu, quienes sufrieron amenazas de muerte y *doxing*, “the practice of publishing personal information about an individual, such as their home address” (Torchin, 2015, p. 143). Amores reflexiona en la introducción de *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* sobre la conclusión que se puede sustraer del *Gamergate*, el cual “sirvió, ante todo, para destapar el machismo imperante y poner de relieve la necesidad de inclusión, aceptación y respeto hacia las mujeres” (2018, p. 17). Las redes sociales no jugaron un papel baladí en esta campaña de acoso y persecución, de hecho fue en Reddit y Twitter, principal aunque no únicamente, donde se fraguó el *Gamergate*.

No es necesario viajar hasta Estados Unidos para localizar ejemplos. En España, la segunda edición de *Gaming Ladies* fue boicoteada. Se trata de “un encuentro exclusivo para mujeres cis y transgénero interesadas, estudiantes y/o profesionales del sector de videojuegos<sup>12</sup>”, con el objetivo de ofrecer un *lugar seguro* para debatir y compartir experiencias. El concepto *safe space* tiene dos formas de ser entendido: inclusivo y exclusivo. El inclusivo se asocia a entornos en los que se desea garantizar que grupos marginados socialmente no sufran acoso o cualquier otro tipo de violencia (The Roestone Collective, 2014), de modo que en la práctica funciona como declaración de intenciones o como muestra de simpatía y apoyo hacia estos grupos sociales (Hanhardt, 2013). El exclusivo —por el que optó esa segunda edición de *Gaming Ladies*—, en realidad, tiene el mismo objetivo que el primero, pero se diferencia en que escoge permanecer abierto sólo al grupo marginado para aumentar el control sobre su seguridad (The Roestone Collective, 2014).

“La idea de ‘sólo para mujeres’ viralizó el evento y despertó la furia de muchos hombres relacionados y no relacionados con el mundo del videojuego”, explica Pérez Mohorte (2017). Su primera edición se libró de la polémica porque no se publicitó<sup>13</sup>, pero en esta segunda ocasión, cuenta Marina Amores, principal organizadora del evento, en una entrevista a *eldiario.es*<sup>14</sup> que, a pesar de sus intentos y los de otras compañeras por explicar los motivos para un evento no mixto, las intenciones de boicot no cesaron: “Quizá lo más sonado fue el *contrapost* de *Forocoches* (uno de tantos) donde organizaban un evento en el que anunciaban boicotearnos con mensajes transfobos de ‘Vamos a disfrazarnos de mujeres para destrozar el evento’”. Ante la posibilidad de que las asistentes o el lugar donde iba a celebrarse el evento sufriesen algún tipo de ataque, King, la empresa que iba a ceder sus instalaciones, le comunicó a Amores la decisión de

12 <https://gamingladiesbcn.wordpress.com/> (consultado el 05/11/19)

13 <https://gamingladiesbcn.wordpress.com/ediciones/primer-edicion/> (consultado el 05/11/19)

14 [https://www.eldiario.es/cultura/videojuegos/cancelaron-Gaming-Ladies-garantizar-asistentes\\_0\\_661084512.html](https://www.eldiario.es/cultura/videojuegos/cancelaron-Gaming-Ladies-garantizar-asistentes_0_661084512.html) (consultado el 05/11/19)

cancelar el evento: “Esto que ha ocurrido es un reflejo de lo que estoy pidiendo. Todos los que me han intentado boicotear e insultar no se están dando cuenta de que me están dando la razón”, cuenta la organizadora en la misma entrevista a *eldiario.es*.

## 2. Metodología

Este trabajo se plantea tres preguntas de investigación (P), orientadas cada una de ellas a la consecución de un objetivo (O):

P1: ¿Sufren las mujeres periodistas especializadas en videojuegos situaciones de acoso y discriminación en el desempeño de su trabajo?

O1: Valorar si las mujeres periodistas especializadas en videojuegos sufren situaciones de acoso y discriminación en el desempeño de su trabajo.

P2: ¿Se identifican como feministas las mujeres periodistas especializadas en videojuegos?

O2: Averiguar si las mujeres periodistas especializadas en videojuegos se identifican como feministas.

P3: ¿Cuál es el papel de las redes sociales en el desempeño del ejercicio periodístico de las mujeres periodistas especializadas en videojuegos?

O3: Evaluar el papel de las redes sociales en el desempeño del ejercicio periodístico de las mujeres periodistas especializadas en videojuegos.

La metodología escogida para resolver estos interrogantes es la entrevista semiestructurada, siguiendo la propuesta de Corbetta (2003, 2007). Se trata de una entrevista de tipo cualitativo que procura “conocer la perspectiva del sujeto estudiado, comprender sus categorías mentales, sus interpretaciones, sus percepciones y sentimientos, los motivos de sus actos” (2007, p. 344) y no se enfoca en que ésta sea representativa en términos estadísticos, sino que busca “inferir informaciones generalizables a una población más amplia” (2007, pp. 344-345). La principal característica de esta metodología es su flexibilidad: “the interviewer makes reference to an ‘outline’ of the topics to be covered during the course of the conversation. The order in which the various topics are dealt with and the wording of the questions are left to the interviewer’s discretion” (2003, p. 270). Dicho de otro modo, el papel de quien entrevista ha de ser simplemente el de conducir la conversación hacia los temas de interés para la investigación, pero respetar en todo momento “la libertad del entrevistado para estructurar su respuesta o la conversación como crea conveniente” (2007, p. 345). A la hora de presentar los resultados, Corbetta recomienda exponer un razonamiento sustraído de las entrevistas y apoyarlo con fragmentos de las mismas (2007).

En este sentido, nuestra propuesta se estructura en cinco bloques temáticos: el periodismo especializado de videojuegos, la atmósfera de trabajo, las redes sociales, el feminismo y las propuestas de mejora para el sector. A continuación, se detalla el guión de trabajo empleado para orientar las entrevistas:

Guión para la entrevista semiestructurada		
<b>Periodismo especializado en videojuegos</b>	Credibilidad	Por parte de la audiencia
		Por parte de compañeros de profesión de otras especializaciones
	Efectos de Internet en el periodismo especializado de videojuegos	
<b>Atmósfera de trabajo</b>	Remoto o presencial	
	Composición del equipo	Número de mujeres y hombres
		Roles profesionales
Diferencias de género		
<b>Redes sociales</b>	Utilidad para el ejercicio del trabajo periodístico	
	Experiencias de acoso	Diferencias de género
		Respuestas de apoyo
<b>Feminismo</b>	Posicionamiento ideológico	¿Cómo afecta a su trabajo?
	<i>Gamergate</i>	
	<i>Gaming Ladies</i>	

**Propuestas de mejora para el sector**

Fuente: Elaboración propia

La muestra seleccionada para las entrevistas está constituida por diez periodistas especializadas en videojuegos que se encuentran actualmente trabajando o colaborando para medios centrados en videojuegos o medios generalistas que incluyen información sobre videojuegos, afincados en España. A la hora de establecer contacto con ellas, se les ofreció la posibilidad de que su testimonio figura de forma anónima, opción a la que se acogieron tres de las diez. El siguiente listado funciona como un resumen del perfil profesional de cada una de las entrevistadas:

<b>Listado de periodistas especializadas en videojuegos entrevistadas</b>		
<b>Firma</b>	<b>Medio/s donde trabaja</b>	<b>Tipo de medio/s donde trabaja</b>
Clara Castaño	<i>Manual</i>	Escrito especializado
Paz Boris	<i>Games Tribune</i>	Escrito especializado
Eli López	<i>Games Tribune</i>	Escrito especializado
Marina Martínez	<i>Games Tribune, Alfa Beta Juega</i>	Escrito especializado/Web
Ángela Montáñez	<i>Games Tribune</i>	Escrito especializado
Lara Smirnova	<i>eSports Vodafone</i>	Audiovisual especializado
Marta Trivi	<i>Anait Games, Verne</i>	Web especializada/ Web generalista
Anónima 1	No quiere que sea revelado	Escrito generalista
Anónima 2	No quiere que sea revelado	Escrito especializado
Anónima 3	No quiere que sea revelado	Escrito especializado/Web
Fuente: Elaboración propia		

**3. Resultados****3.1. Profesión periodística**

La falta de credibilidad del periodismo especializado en videojuegos frente a otras especializaciones es una opinión compartida por todas las entrevistadas. Paz Boris refleja que la prensa de videojuegos

“está a medio camino entre la prensa tecnológica y la cultural, en la que no nos dejan entrar. (...) Si el videojuego de por sí no está considerado un elemento cultural, no se le da importancia que tiene más allá de los números económicos que factura todos los años, ¿cómo se le va a dar importancia, la verdadera importancia que tiene, a la prensa de videojuegos?”

Lara Smirnova, por su parte, subraya que el ser una especialización desconocida para otros periodistas hace que no se le otorgue mucha credibilidad, hasta el punto que, como indica Ángela Montáñez, “aunque vaya subiendo [su prestigio] la gente aún frunce el ceño. No se lo toman en serio”. De hecho, Marta Trivi apunta que, a la hora de progresar laboralmente, ha tenido que decir que es periodista cultural antes que de videojuegos debido a esta falta de credibilidad. Por otro lado, la cobertura mediática que le dan los medios generalistas en los informativos de televisión, centrándose solamente en las cifras, hace que no se tenga una percepción real de la relevancia que tiene este sector en la sociedad.

La irrupción de Internet se valora positiva y negativamente a partes iguales. Clara Castaño habla de que no se tiene acceso directo a las fuentes y que por cuestiones de tiempo no se pueden contrastar. Considera que los contenidos prioritarios son noticias cortas y sin calidad, que son las que generan más visitas, a veces incluso basadas en rumores. Eli López considera que la opinión que periodistas de otras especializaciones otorgan a la de videojuegos se ha visto perjudicada por la comunidad *gamer*, la cual considera muy tóxica y cuya reputación se contagia a la prensa. No sólo eso, sino que hay quienes no aprecian el trabajo periodístico y prefieren seguir a *youtubers*. A esto hay que añadir que, a pesar de que Internet facilita encontrar un trabajo, la remuneración suele ser muy baja.

Como aspecto positivo, tanto Castaño como López, comentan que gracias a Internet es más fácil acceder a las fuentes. Lara Smirnova y Marina Martínez consideran que Internet ha favorecido la visibilidad del trabajo de las y los periodistas especializados en videojuegos.

### 3.2. *Atmósfera de trabajo*

Respecto a la rutina de trabajo, la dinámica habitual es el trabajo desde casa. Es común que sean las propias periodistas las que propongan los temas sobre los que escribir, siendo los jefes quienes deciden si se acepta el tema o no. Salvo cuestiones lingüísticas o expresivas, las entrevistadas reconocen tener total libertad a la hora de redactar sus textos. La relación con los jefes y los demás compañeros de trabajo es buena y cercana a pesar de estar trabajando en remoto. Existen grupos en redes sociales y chats desde los cuales poder estar en contacto con los demás miembros de la redacción y coordinar la actividad laboral.

Solamente dos entrevistadas afirman tener que realizar su trabajo o parte del mismo de forma presencial debido a que se dedican al ámbito audiovisual y tienen que grabar un programa o participar en *streaming*.

Todas las entrevistadas conviven con otras mujeres en su equipo, pero reconocen que están presentes en un menor porcentaje que los hombres y que los puestos directivos están copados, prácticamente en su totalidad, por hombres.

#### 3.2.A. *Diferencias de género*

Las periodistas que desarrollan su labor en medios escritos (80%) coinciden en señalar que las diferencias de trato por cuestión de género no se producen tanto en el entorno de trabajo, como en su contacto con la audiencia o la comunidad *gamer*. En cambio, quienes trabajan en medios audiovisuales (20%) relatan una experiencia distinta, pues sí que han identificado discriminación por ser mujeres: “he llegado a hacer *castings* para presentadores de programa que era así, para presentador de programa, y no te dejaban meterte a ti a hacer el *casting* para eso porque tú ibas para la parte de reportera directamente”, cuenta Lara Smirnova. Esto convive con las actitudes paternalistas que el 40% de las entrevistadas ha recibido por parte de hombres, quienes llegan incluso a explicar a una periodista especializada como Marta Trivi en qué consisten ciertos videojuegos. Sobre el reconocimiento profesional, el 40% de ellas considera que para un hombre es más fácil ser percibido como un buen periodista, mientras que siendo mujer hay que demostrar mucho más. De hecho, Paz Boris comparte que hay quienes consideran que ella ha tenido éxito sólo por tener buena relación con dos periodistas hombres que, en su momento, la iniciaron en el *mundillo*.

El 40% de las entrevistadas hace referencia a que sobre ellas recae una presión mayor que sobre los hombres, que no se pueden permitir cometer fallos: “No hay mujeres mediocres porque para trabajar de videojuegos tienes que ser absolutamente perfecta”, comenta Marta Trivi. Aunque en pocos casos se habla explícitamente de autocensura, el 60% de las periodistas han reconocido evitar exponer determinadas opiniones porque son conscientes de la alta probabilidad que tienen de levantar una polémica.

### 3.3. *Redes sociales*

La utilidad de las redes sociales es reconocida por todas las entrevistadas. Los usos más comunes que se hacen de ellas son la promoción de su trabajo, la relación con las audiencias y los compañeros de profesión, el establecimiento de contactos profesionales y la búsqueda de información. No obstante, las redes sociales se califican como un entorno propicio para que se produzca el acoso. En palabras de Marina Martínez: “Vivimos en un tiempo en el que en las redes sociales tiene mucho peso ridiculizar a otras personas, es el acoso en todo su esplendor”.

Todas las entrevistadas, salvo una, han recibido insultos, siendo estos muy diferentes a los que reciben los hombres. Ellos no reciben insultos o críticas de tipo sexual y, generalmente, tampoco se hace referencia a su aspecto físico. Eli López opina que a ellos se les acusa más de falta de integridad profesional, de haber corrompido su trabajo por favores de las compañías. Paz Boris cree que en el caso los hombres las críticas son mucho menos personales, mientras que Ángela Montáñez incide en que el linchamiento no se produce con los hombres. “Feminazi”, “estar ahí por ser mujer y el medio debe cumplir un cupo de trabajadoras femeninas” y “desconocimiento sobre lo que se habla” son los insultos más comunes. También hay casos como los de Clara Castaño o Eli López que han recibido sugerencias sexuales. En algunos casos, se percibe que el origen de estos insultos está relacionado con el machismo, mientras que en otros se le atribuye a la envidia, el aburrimiento o la inmadurez.

Las situaciones de acoso prolongadas en el tiempo se dan cita sobre todo en Twitter. Paz Boris reconoce haberlo sufrido durante la iniciativa de *True Gamer Girls* y en la publicación del libro *¡Protesto!*. A Marta Trivi la acusaron en Twitter de “asesina” y “tener las manos manchadas de sangre” por el suicidio de un desarrollador sobre el que había hablado. Además, ha visto como miembros de su familia fueron agregados por usuarios como vía a través de la cual insultarla. Otras entrevistadas también han sido testigo de acoso

hacia otras mujeres. Lara Smirnova habla de que se filtró un falso vídeo erótico de una jugadora profesional con el pretexto de que en éste se la veía manteniendo relaciones con alguien de la organización y que era éste el modo en el que había conseguido acceder a la competición. Marina Martínez, por su parte, cuenta cómo a chicas que trabajan para una compañía se les acosa si la comunidad se entera de que juegan a videojuegos de otras empresas.

El *bullying* que reciben en las redes sociales suele provenir de hombres, pero también hay, aunque sea minoritariamente, mujeres que lo ejercen. Marina Martínez cuenta que ha sido testigo de cómo una chica se dedicó a criticar que otras usasen el filtro belleza, y Paz Boris añade que durante la iniciativa *True Gamer Girls* también se molestaron mujeres, no sólo hombres. Asimismo, otra entrevistada confiesa como mientras usaba un *cosplay* durante un evento fue criticada por mujeres hasta el punto de tener que guardar dicho atuendo y no usarlo hasta un año después.

### 3.4. Posicionamiento feminista

El 90% de las entrevistadas se posiciona como feminista, entendiendo el feminismo como la igualdad entre hombres y mujeres. La única que siente recelos en hacerlo es porque, a pesar de compartir los valores del movimiento, no es activista. Sobre los efectos que tiene para su trabajo, un 20% de las periodistas indican que el identificarse como feministas ha provocado que se las *encasille* y sólo se las tenga en cuenta para abordar temas relacionados con el género. Por otro lado, el 50% de ellas relata que su posicionamiento ha propiciado un rechazo por parte de la comunidad. No obstante, también se destacan consecuencias positivas, ya que el 60% señala que el feminismo les ha enriquecido a nivel personal y profesional. Concretamente, Lara Smirnova relaciona el feminismo con el apoyo: “me siento parte de un grupo y me siento parte de un movimiento al que puedo ir a buscar apoyo y al que puedo ir a contar mis problemas y que me puede ofrecer soluciones”.

Las posiciones más enfrentadas las encontramos en relación a si hacer eventos de videojuegos exclusivos para mujeres como *Gaming Ladies*. El 40% de las entrevistadas se manifiestan en contra basándose, principalmente, en dos argumentos. En primer lugar, comentan que son los eventos mixtos los que pueden ser más útiles a la hora de abordar temas para concienciar en feminismo, como indica Clara Castaño. Al mismo tiempo, Eli López añade que es absurdo y contraproducente para conseguir la igualdad el impedir la entrada de hombres en el evento.

Esto lleva a que el 60% de las entrevistadas apuesten por la exclusividad para las mujeres de los eventos de videojuegos. Marta Trivi destaca que “las mujeres suelen ser invitadas en los eventos mixtos solamente para hablar de feminismo (aunque el tema de la conferencia sea otro). Habla mucho menos o no aparece”. Por otro lado, los eventos exclusivos son considerados como espacios seguros. En esta línea, apunta Paz Boris que *Gaming Ladies* “ha ayudado mucho a que estas chicas, sobre todo chicas más jóvenes, se sientan acogidas, que es lo que nos ha faltado a muchas, sentirnos acogidas en algo que es también nuestro hobby”. Esto no implica que haya rechazo a la existencia de eventos mixtos, de hecho ninguna de las entrevistadas se opone a ellos. A este respecto, Lara Smirnova comenta: “En este caso, no me importa que el evento de *Gaming Ladies* sea solamente femenino porque hay muchísimos millones de eventos más que son mixtos y que ya cumplen esta función”, refiriéndose a la finalidad de sensibilizar a los hombres en feminismo.

Sobre el *Gamergate*, la mitad de las entrevistadas sabía de su existencia, mientras que la otra, al no conocerlo, no podían ofrecer una opinión al respecto. Paz Boris, quien recuerda bien lo sucedido, cuenta que este acontecimiento fue clave para aumentar su consciencia feminista.

### 3.5. Mejoras para el sector de los videojuegos

Todas las entrevistadas califican al sector de los videojuegos como machista, y el 40% de ellas lo explica añadiendo que es así porque están inscritos en una sociedad machista. Así lo expresa Paz Boris: “No puede ser que los videojuegos se conviertan en el sumun de la igualdad y el resto de la sociedad no lo sea. A fin de cuentas, es un elemento cultural, es parte de nuestra sociedad, de nuestras vidas”. El 70% de las periodistas proponen cambios en la educación para que éstos repercutan después sobre los videojuegos. “Tenemos que seguir diciendo que los videojuegos no son sólo para niños, también son cosas de chicas”, insiste Clara Castaño. Otro 30% propone que se les otorgue una mayor visibilidad a las mujeres profesionales de los videojuegos como forma de combatir el machismo de la industria. A este respecto, Marina Martínez comparte que fue gracias a referentes femeninos que ella se animó finalmente a adentrarse en la prensa de videojuegos. Una de las entrevistadas anónimas considera que un protocolo de moderación en las redes

sociales serviría bien a este fin, mientras que otra de ellas llama a la responsabilidad social de los medios de comunicación, los cuales deberían implicarse activamente en desbancar al machismo.

A la hora de decidir cuál es el proceso por el cuál debería acontecer el cambio, se produce un encuentro de posturas entre dos de las entrevistadas. Mientras que Clara Castaño es partidaria de “respetar un poco el criterio del desarrollador”, sin imponer una visión concreta, sino aconsejando y asesorando, e “intentar decir a las chicas que no pasa nada por dedicarse a los videojuegos o jugar a videojuegos”; Paz Boris formula una conclusión diferente:

“Creo que se están dando grandes pasos, porque a fin de cuentas, antes de conseguir el cambio hay que hacer la protesta, la lucha por ese cambio. El cambio no sucede solo. No es como he leído muchas veces, en redes sociales: ‘esto no sirve para nada, no te sirve de nada gritar, no te sirve de nada enfadarte, ya cambiará’. No, no, ya cambiará no. Tenemos que cambiarlo nosotros. Tendré que cambiar la manera en la que los estudios plasman sus personajes, la manera en que los jugadores interpretan y asimilan lo que ocurre en los videojuegos, y, sobre todo, que las personas que juegan a videojuegos sean conscientes de que no existimos sólo hombres/mujeres y punto pelota, y que los hombres son X y que las mujeres están relegadas a X, no, somos personas de todo tipo y todas tenemos cabida”.

#### 4. Conclusiones

A raíz de los resultados obtenidos, procedemos a elaborar nuestras conclusiones y, al mismo tiempo, responder a las preguntas con las que iniciábamos esta investigación.

*P1: ¿Sufren las mujeres periodistas especializadas en videojuegos situaciones de acoso y discriminación en el desempeño de su trabajo?*

En primer lugar, hemos podido comprobar cómo las mujeres periodistas especializadas en videojuegos han presenciado —y en algunos casos incluso sufrido personalmente— situaciones de acoso y discriminación a través de las redes sociales. Estos comentarios son dirigidos por la audiencia de los medios o la comunidad *gamer*, siendo en su mayoría hombres. Las críticas ejercidas por mujeres existen, aunque son poco comunes en comparación con las realizadas por el sector masculino. Igualmente, hemos identificado que las periodistas que trabajan en medios audiovisuales están más expuestas que sus compañeras de prensa escrita. Independientemente de si trabajan en medios audiovisuales o escritos, es habitual que los puestos directivos estén ocupados por hombres, y que las mujeres no sólo queden relegadas a ocupar posiciones subordinadas, como redactoras o colaboradoras, sino que su presencia dentro de los equipos de trabajo es minoritaria.

El origen del acoso no siempre es justificado por el machismo, sino que hay quienes ven en la envidia o en la inmadurez posibles explicaciones a tales comentarios. Sin embargo, una amplia mayoría reconoce que el tipo de insulto que reciben hombres y mujeres es diferente, teniendo los dirigidos a las mujeres connotaciones sexuales, alusiones a su físico, cuestionamientos a su conocimiento sobre el sector del videojuego o su capacidad para ejercer tanto la profesión como para interactuar con el propio videojuego. En cambio, las críticas a los hombres se refieren a su integridad profesional, sugiriendo que han sido ‘comprados’ por empresas del sector para alterar su valoración de los juegos que analizan. En este punto, consideramos preciso —y sugerimos una nueva línea de investigación— contrastar estas impresiones con entrevistas a hombres periodistas especializados en videojuegos para afianzar o refutar los testimonios de quienes hemos entrevistado.

*P2: ¿Se identifican como feministas las mujeres periodistas especializadas en videojuegos?*

Todas muestran simpatía por el feminismo y se posicionan como feministas, a excepción de una de ellas, quien, si bien es partidaria del movimiento, prefiere no identificarse como tal por el hecho de no ser activista. Hay unanimidad en la definición del feminismo, entendiéndolo como la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres. La repercusión que tiene ser feminista en el desarrollo de su trabajo es tanto positiva como negativa, pues, aunque las hace sentir arropadas por una comunidad y dar un enfoque diferente a su cobertura del ocio interactivo, les granjea el rechazo de parte de la audiencia, hasta el punto de que en algunos casos se sienten *encasilladas* en el tema de género o una mera cuota dentro de una plantilla de trabajo en la que no se tienen en cuenta sus habilidades profesionales. A su vez, destacamos que quienes se identificaron efusivamente como feministas interpretan de forma diferente las situaciones de acoso recibidas, atribuyéndolo al machismo, como indicamos anteriormente. Las entrevistadas que añadían más matices al referirse a sí mismas como feministas, justifican el acoso con la envidia, el aburrimento o la inmadurez. De este modo, concluimos que un posicionamiento abiertamente feminista condiciona la interpretación de las experiencias. Igualmente, existen posiciones enfrentadas a la hora de valorar la importancia y utilidad de los espacios exclusivos para mujeres como el *Gaming Ladies*. También nos resulta sorprendente que un caso que

juzgamos tan relevante para el sector del videojuego y el feminismo como es el *Gamergate* sea desconocido para la mitad de las entrevistadas.

P3: ¿Cuál es el papel de las redes sociales en el desempeño del ejercicio periodístico de las mujeres periodistas especializadas en videojuegos?

Por último, atendiendo al papel que ocupan las redes sociales para las mujeres periodistas especializadas en videojuegos, encontramos tanto ventajas como inconvenientes. Los aspectos positivos las presentan como herramientas capaces de poner en contacto a mujeres entre sí, relacionarlas con los seguidores y compañeros de trabajo, visibilizar su trabajo y buscar información. Éstos chocan con las altas probabilidades que existen de que sean insultadas y acosadas por una comunidad tóxica. Podemos concluir que el acoso funciona, en algunos casos, como disciplinamiento y castigo ejemplarizante, hasta el punto de que muchas optan por ejercer autocensura en sus textos periodísticos y no involucrarse en temas políticos y, más concretamente, en debates sobre feminismo, por temor a las represalias.

## 5. Referencias

- AEVI (2018). Libro blanco de los eSports en España. [publicación en línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2GtPSZJ>.
- AEVI (2019). *Anuario 2018. La industria del videojuego en España*. [publicación en línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2sK1fud>.
- Agulló, B. (2015). ¡Luces, cámara, a jugar! Videojuegos basados en películas y películas basadas en videojuegos: particularidades de la localización en diferentes escenarios. *Quaderns de Cine*, 10, 23-31. Recuperado de <https://bit.ly/2y334CK>.
- Aladro Vico, E. (2013). Las teorías profesionales y las 5 crisis del periodismo. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 18, 69-81. Recuperado de <https://bit.ly/34sf0fy>.
- Alvarado, I. (2018). El legado de la programación: el peso de ser mujer en un medio artificialmente masculinizado. En VV.AA. *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* (pp. 277-300). Madrid: Anait Games.
- Amores, M. (2018). Sobre la necesidad de un libro de videojuegos con perspectiva de género. En VV.AA., *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* (pp. 11-38). Madrid: Anait Games.
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16 (1), 17-34. Recuperado de <https://bit.ly/2JcMXrE>.
- Bogost, I., Ferrari, S. y Schweizer, B. (2010). *Newsgames. Journalism at Play*. Cambridge: The MIT Press.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aires: Editorial Montessor.
- Casero Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar*, 20 (39), 151-158. Recuperado de <https://bit.ly/2PNrBWF>.
- Casero Ripollés, A. y Cullell March, C. (2013). Periodismo emprendedor: Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio/Entrepreneurial Journalism. Strategies to Promote SelfEmployment in Journalism as a New Business Model. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19, 681-690. Recuperado de <https://bit.ly/2WLiLV>.
- Chanson, R. (2017). *eSports. Todo lo que necesitas saber, de League of Legends al FIFA*. Barcelona: Tinunmas.
- Corbetta, P. (2003). *Social Research. Theory, Methods and Techniques*. Londres: Sage Publications.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España.
- Crosas Remón, I. y Medina-Bravo, P. (2019). Ciberviolencia en la red. Nuevas formas de retórica disciplinaria en contra del feminismo. *Papers*, 104 (1), 47-73. Recuperado de <https://bit.ly/2Af81um>.
- De Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección*. Madrid: Cátedra.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., y Nacke, L. (2011): "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification". *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. Recuperado de <https://bit.ly/2NhTe5j>.
- DEV (2019): *Libro blanco del desarrollo de videojuegos 2018*. [publicación en línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2CgupUc>.

- Díaz Noci, J. (2002). *La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Fernández-Martorell, M. (2018). *Capitalismo y cuerpo. Crítica de la razón masculina*. Madrid: Cátedra.
- Fraser, N. (2015). *Fortunas del feminismo*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Cambridge: Polity Press.
- Gill, R. (2016). Post-postfeminism? New feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist Media Studies*, 16 (4), 610–630. Recuperado de: <https://goo.gl/2dbD9i>.
- Gil, A. y Vall-llovera, M. (2009). *Género, TIC y videojuegos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Gómez, L. (2018). Periodismo de videojuegos. De cómo las mujeres están salvando el medio. En VV.AA. *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* (pp. 67-86). Madrid: Anait Games.
- Gros, B. (2008). *Videojuegos y aprendizaje*. Barcelona: Graó.
- Hanhardt, C.B. (2013). *Safe Space. Gay neighborhood history and the politics of violence*. Durham y Londres: Duke University Press.
- Hearn, J. (2018). You, them, us, we, too? ... online-offline, individual-collective, forgotten-remembered, harassment-violence. *European Journal of Women's Studies*, 25 (2), 228-235. Recuperado de: <https://bit.ly/2JkK7RA>.
- INE y Eurostat (2018). *La vida de las mujeres y los hombres en Europa. Un retrato estadístico. Edición 2018*. Recuperado de <https://bit.ly/2qkzKat>.
- Keller, J.; Mendes, K.; Ringrose, J. (2018). Speaking ‘unspeakable things’: documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27 (1), 22-36. Recuperado de <https://bit.ly/322y5og>.
- Khoja-Moolji, S. (2015). Becoming an “Intimate Publics”: Exploring the Affective Intensities of Hashtag Feminism. *Feminist Media Studies*, 15 (2), 1-3. Recuperado de <https://bit.ly/2YmPN3K>.
- Law, Y.Y. (2016). *The travelling gamer: an ethnography of video game events* (Tesis doctoral). Recuperado de <https://bit.ly/2p2NjYa>.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas. Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- Lafrance, J.P. (1994): “La machine métaphysique - Matériaux pour une analyse des comportements des Nintendo Kids”. *Réseaux*, 67, 9-32. Recuperado de <https://bit.ly/2JYE5Gc>.
- López-Redondo, I. (2012). *El tratamiento del videojuego: de la prensa generalista a las revistas especializadas. Análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de El País, El Mundo, Público y 20 Minutos* (Tesis doctoral). Recuperado de <https://bit.ly/2NhPxQt>.
- López-Redondo, I. (2019). “Periodismo de videojuegos: retos y oportunidades en el siglo XII”. En M.J. Ufarte Ruiz (coord.), *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico*, (pp. 165-184). Salamanca: Comunicación Social.
- Manfredi Sánchez, J.L. (2015). El nuevo ecosistema periodístico. En J.L. Manfredi Sánchez (coord.), *Innovación y periodismo. Emprender en la universidad. Cuadernos artesanos de comunicación*, 76, 21-33. Recuperado de <https://bit.ly/32kbimK>.
- Martínez, S. (2014). “La información sobre videojuegos como ámbito de especialización periodístico”. *Comunicació: Revista de Recerca i d’Anàlisi*, vol. 32 (2), 99-114. Recuperado de <https://bit.ly/2DBWyJ2>.
- Martínez, D. (2016). *De Microhobby a Youtube. La prensa de videojuegos en España*. Palma de Mallorca: Dolmen Editorial.
- Martínez-García, L. (2016). Las carencias de la prensa tradicional, un lastre para el periodismo emprendedor. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 428-442. Recuperado de <https://bit.ly/36zzNjo>.
- Mendes, K.; Ringrose, J.; Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25 (2), 236-246. Recuperado de <https://bit.ly/2VRfwPN>.
- Muñoz, D. y Sebastián, A. (2010). La relación de los videojuegos con los medios de comunicación. En J. Carrillo y A. Sebastián (coords.), *Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos*, (pp. 201-231). Madrid: Esic.

- Muriel, D. (2017). La videoludificación de lo social en la era digital y la cultura del videojuego, en D. Muriel y R. San Salvador (eds.), En *Tecnología digital y nuevas formas de ocio*, (pp. 39-57). Bilbao: Deusto Digital.
- Muriel, D. y Crawford, G. (2018). *Video Games as culture. Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*. Nueva York: Routledge.
- Paredes-Otero, G. (2019). El uso del rumor en la prensa digital de videojuegos. Análisis de contenido de los medios especializados: Hobby Consolas, Vandal y 3DJuegos . *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, 139-158. Recuperado de <https://bit.ly/2POEAYn>.
- Peinado Miguel, F. (2019). Así están las cosas para las mujeres periodistas. En D. Rodríguez Barba, F. Peinado Miguel y S. García Garrido, *Empleabilidad y calidad en el empleo de las mujeres periodistas* (pp. 11-28). Madrid: Editorial Fragua.
- Pérez Mohorte, A. (28 de junio de 2017). Gaming Ladies: el evento exclusivo para mujeres que terminó boicoteado por culpa de los hombres. *Magnet*. Recuperado de <https://bit.ly/2NGxP88>.
- Pipyrou, S. (2018). #MeToo is little more than mob rule vs. #MeToo is a legitimate form of social justice. *Journal of Ethnographic Theory*, 8 (3), 415-419. Recuperado de <https://bit.ly/2RL66op>.
- Puleo, A.H. (2006). El patriarcado: ¿una organización social superada? *Mujeres en Red*. Recuperado de <https://bit.ly/2NHzeeK>.
- Rodino-Colocino, M. (2018). Me too, #MeToo: countering cruelty with empathy. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 15 (1), 96-100. Recuperado de <https://bit.ly/2JsEAIP>.
- Sáez Soro, E. y Chover Sellés, M. (2015). Investigar en videojuegos. Desde la creación al análisis, una visión panorámica de un medio en crecimiento. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 9, 15-17. Recuperado de <https://bit.ly/2WM3MAg>.
- Salaverría, R. y Cores, R. (2005). Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. En R. Salaverría (coord.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, (pp. 145-185). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Sills, S.; Pickens, C.; Beach, K.; Jones, L.; y Calder-Dawe, O. (2016). Rape culture and social media: young critics and a feminist counterpublic. *Feminist Media Studies*, 16 (6), 935-951. Recuperado de <https://bit.ly/2XfXdsZ>.
- The Roestone Collective (2014). Safe Space: Towards a Reconceptualization. *Antipode*, 46 (5), 1346-1365. Recuperado de <https://bit.ly/2PS67YO>.
- Torchin, L. (2015). Conditions of Activism: Feminist Film Activism and the Legacy of the Second Wave. En L. Mulvey y A. Backman Rogers (eds.), *Feminisms. Diversity, difference, and multiplicity in contemporary film cultures* (pp.141-148). Amsterdam: Amsterdam University PR.
- Trenta, M. y Pestano, J. (2009). El tratamiento de las industrias culturales emergentes en la prensa española: el caso de los videojuegos. En *Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, 1-14. Recuperado de <https://bit.ly/2xKEWFp>.
- Trivi, M. (2018). El futuro es femenino; el pasado, no tanto: un repaso a la historia de las mujeres en los videojuegos. En VV.AA. *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* (pp. 41-66). Madrid: Anait Games.
- Valcárcel, A. (2008). *Feminismo en el mundo global*. Madrid: Cátedra.
- Villalobos, J.M. (2014). *Cine y videojuegos: un diálogo transversal*. Sevilla: Héroes de Papel.
- Vitis, L.; Gilmour, F. (2017). Dick pics on blast: A woman's resistance to online sexual harassment using humour, art and Instagram. *Crime Media Culture*, 13 (3), 335-355. Recuperado de <https://bit.ly/302fHKj>.
- Wolf, N. (1991). *El mito de la belleza*. Barcelona: Emecé.
- Zarkov, D. y Davis, K. (2018). Ambiguities and dilemmas around #MeToo: #ForHowLong and #WhereTo? *European Journal of Women's Studies*, 25 (1), 3-9. Recuperado de <https://bit.ly/2YtROex>.



## LA COMUNICACIÓN EMERGENTE: EL CASO DE LA CONSTRUCCIÓN DE REDES SOCIODIGITALES DEL MOVIMIENTO LGBTTTIQA EN MÉXICO A PARTIR DEL HASHTAG

### *EMERGING COMMUNICATION: THE CASE OF THE CONSTRUCTION OF SOCIO-DIGITAL NETWORKS OF THE LGBTTTIQA MOVEMENT IN MEXICO FROM THE HASHTAG*

**Olmedo Neri, Raul Anthony**

Universidad Nacional Autónoma de México  
raulanthony@yaho.com.mx

**Resumen:** El espacio virtual se configura como un medio/ambiente que es apropiado por los movimientos sociales contemporáneos para coadyuvar en la materialización de sus demandas. Durante ese proceso, los participantes (individuos o colectivos) pueden crear, modificar o eliminar sus redes de alianza, difusión y acción, lo cual convierte la red en un conjunto de redes dinámicas en constante transformación a partir del sujeto. En este sentido, estas acciones pueden ser visualizadas en términos de redes sociodigitales a través de la trazabilidad derivada de la construcción, difusión y reproducción de Hashtags. De esta manera, el trabajo aborda el caso del movimiento LGBTTTIQA en México mediante los Hashags #MatrimonioIgualitario y #LGBTTTIQA; para ello, se ha extraído información a través del software NodeXL y se han aplicado indicadores del método de Análisis de Redes Sociales (ARS).

**Palabras clave:** Comunicación emergente, movimiento LGBTTTIQA, Análisis de Redes Sociales, Hashtag, NodeXL

*Abstract: The virtual space is configured as a media/environment that is appropriated by contemporary social movements to assist in the materialization of their demands. During this process, participants (individuals or groups) can create, modify or eliminate their alliance, dissemination and action networks, which makes the network a set of dynamic networks in constant transformation from subject. In this sense, these actions can be visualized in terms of socio-digital networks through the traceability derived from the construction, dissemination and reproduction of Hashtags. In this way, the work addresses the case of the LGBTTTIQA movement in Mexico through the Hashags #MatrimonioIgualitario and #LGBTTTIQA; For this, information has been extracted through the NodeXL software and indicators of the Social Network Analysis (SNA) method have been applied.*

*Key words: Emerging communication, LGBTTTIQA movement, Social Network Analysis, Hashtag, NodeXL*

## 1. Introducción

La apropiación de los desarrollos tecnológicos por parte de los movimientos sociales para coadyuvar en la materialización de sus demandas implica por sí misma un análisis particular sobre las formas en que utilizan dichas innovaciones y los beneficios que ello supone; una de ellas es la presentación y representación en el espacio público (digital) desde quienes forman parte del movimiento, lo que conlleva una descentralización de la esfera pública y sus detentores mediáticos, así como la construcción de redes de acción y comunicación en el espacio virtual. Es esta apropiación la que encarna una lucha en la esfera digital entre quienes se movilizan por un cambio y quienes ven diluir sus privilegios ante la modificación del *statu quo*.

En este sentido, el espacio virtual se convierte en un medio/ambiente donde la lucha se replica para dar posibilidad de voz a Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y activistas del movimiento en cuestión con la finalidad de trasladar sus demandas a la esfera y opinión públicas; esto es parte del proceso de incorporación de los desarrollos tecnológicos en la vida cotidiana, por un lado, y al caos comunicativo e informativo que la apertura digital supone en el mundo social.

Bajo este contexto, el presente trabajo analiza el caso del movimiento Lésbico, Gay, Bisexual, Travesti, Transexual, Transgénero, Intersexual, Queer, Asexual (LGBTBTIQA) en México utilizando el método de Análisis de Redes Sociales (ARS) y sus respectivos indicadores para identificar, visualizar y analizar las redes sociodigitales conformadas a partir de los Hashtags #LGBT y #MatrimonioIgualitario, de los cuales se ha extraído información a través del software NodeXL y se han visualizado dichas redes con el programa Gephi. Esta extracción de información se da como resultado de la metacomunicación (Craig, 1999) que en la esfera digital se genera y de las técnicas para su visualización y recopilación entre las que destaca la “extracción o recuperación de información, minería de datos o de textos, procesamiento del lenguaje natural, mapeo de la red, etc” (Gunter, 2014, p.421); de esta manera, su uso permite visualizar las relaciones de interacción-comunicación que se llevan a cabo en redes sociodigitales como Facebook, Twitter e Instagram, por ejemplo.

Con los indicadores del método ARS, parte de los resultados muestran que existe, al menos en la red Twitter de donde se obtuvieron las redes de estos Hashtags, una descentralización de la esfera pública por parte de sus detentores, los medios de comunicación masiva tradicionales analógicos, sobre temas y demandas provenientes del movimiento toda vez que son los activistas y las Organizaciones del Movimiento Social (Cadena-Roa, 2016) quienes realizan acciones a favor de la comunidad de la disidencia sexual y se encuentran entre los nodos (usuarios) con mayor grado (número de vínculos de entrada y salida) dentro de las redes, lo cual genera una intervención en la esfera pública (digital) desde quienes promueven cambios sustantivos en el mundo de la vida.

## 2. La comunicación emergente: entre la movilización y la apropiación

Hablar de movilización social y la apropiación de desarrollos tecnológicos enfocados en el ámbito comunicativo implica abordar el hecho a través de un conjunto de escuelas teóricas particulares entre las que destacan:

...la teoría de la comunicación masiva, como las teorías de la Escuela de Frankfurt y la Economía Política de la Comunicación, los *Cultural Studies* y de forma destacada la Comunicación popular o Alternativa, si bien estas deben ser replanteadas para adaptarlas a los nuevos medios como internet. (Candón, 2011, p.176)

Es justamente esa necesidad de replantear teórica y prácticamente estas corrientes para analizar Internet lo que fundamenta la propuesta conceptual de *comunicación emergente*. Este concepto hunde sus raíces a través de la concatenación de la Economía Política de la Comunicación (EPC) y el concepto de apropiación. Desde la Economía Política de la Comunicación, no sólo se da paso a la materialidad económica que subyace en los medios de comunicación analógicos y digitales sino de un análisis desde el cual “se puede observar que las revoluciones tecnológicas responden a un proceso histórico y sistémico con objetivos tangibles que permite establecer los criterios estructurales y operativos de la esfera digital” (García y Olmedo, 2019, p.87).

Con esta visión histórica y crítica se observa que cada una de esas innovaciones técnicas en el mundo de la Comunicación han dado paso a un conjunto de usos y aplicaciones por parte de tres entes generales, a saber: el Estado, la Industria Privada y el sector Social; cada uno de esos sectores le ha dado un sentido particular conforme a sus necesidades. Por ejemplo, la lógica que reside en el uso estatal y la industria privada ha sido particular a lo largo del tiempo, ya que en ellos se encuentra la fuerza de la burocracia y la vigilancia, así como la lógica de acumulación, respectivamente. De esta manera, los medios de comunicación tradicionales

han presentado un vaivén entre el sector estatal y el sector privado que los han utilizado con fines propagandísticos y capitalistas según el momento histórico de análisis.

Sin embargo, es en el sector social donde ese uso específico se pluraliza por la propia complejidad que reside en el mundo social, ya que, aún en esa aparente relación estatalización-privatización el también llamado tercer sector ha podido articular acciones con la finalidad de hacer uso de la prensa, la radio, el cine y la televisión para dar un uso particular que deriva en un giro tanto en el medio como en la comunicación en tanto proceso.

Es así que el concepto de apropiación da sentido a esa lógica alternativa ya que “estudia las formas por medio de las cuales los usuarios hacen suya la tecnología y la incorporan creativamente al conjunto de sus actividades cotidianas” (Crovi, 2012, p.156), por lo tanto, es esa apropiación lo que supone un acto reivindicativo y revolucionario que cuestiona el uso comercial y burocrático que se viene desarrollando de manera mayoritaria en Occidente. En el caso mexicano, la historia que se desarrolla en cada medio de comunicación ha dado paso a la conformación de experiencias alternativas que dieron forma a conceptos particulares como *prensa contestataria* a inicios del siglo XX, así como el de *radio comunitaria* en los años sesenta del siglo pasado. Por tanto, cada medio posee un concepto que da cuenta de esa apropiación por parte del sector social.

No obstante, aún no se ha definido o aceptado el establecimiento a un concepto que permita identificar la apropiación de la esfera digital, por lo que la propuesta de *comunicación emergente* tiene la finalidad de dar cabida al uso particular que le están dando los movimientos sociales contemporáneos y sus respectivos contramovimientos. En la siguiente tabla se puede observar esta diferenciación conceptual de la apropiación social de los medios de comunicación.

**Tabla 1. Trayectoria conceptual de la apropiación social de acuerdo con el medio de comunicación en México**

Concepto	Medio	Emisor	Finalidad	Observación
Prensa contestataria	Prensa	Profesionistas, periodistas sin formación, pero con trayectoria en el ámbito periodístico	Crítica a la información proveniente del gobierno y medios oficiales	Son intermitentes y de alcance local o regional
Radio comunitaria	Radio	Organizaciones civiles, comunidades indígenas	Consolidar un proyecto comunitario donde la radio sirva como espacio para la información local por y para los radioescuchas	Son proyectos sin fines de lucro, por lo que mantenimiento económico tiende a ser un problema para los procesos de innovación tecnológica que el Estado impone
Comunicación emergente	Redes sociodigitales	Organizaciones civiles de un movimiento social; líderes de opinión; activistas; contramovimientos	Potenciar el alcance de sus demandas para su materialización en el ámbito político, social y cultural	Son volátiles y su concreción debe poseer una base social real que lleve a la acción o se ejecutará la simulación en la esfera virtual

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, la comunicación emergente se inserta como un concepto plausible para su uso en el análisis de cómo los movimientos sociales contemporáneos pueden coadyuvar en la materialización de sus demandas que hagan de esa sociedad una más democrática, incluyente y plural. Sus características la hacen particular y la dotan de autonomía al momento de relacionarse con un proceso de incorporación en las estrategias y campos de lucha de los movimientos sociales actuales que buscan mejorar su condición dentro de la sociedad en la que se desarrolla.

Cabe mencionar que la apropiación de la esfera digital no sólo se da por los movimientos sociales contemporáneos, por el contrario, cada uno de los individuos hace un uso particular dentro de la vida cotidiana que se reproduce en su aparente repetición; sin embargo, ese uso tiene cabida en las prácticas culturales y propias del sujeto, por lo que se requerirá ser analizado y conceptualizado de tal manera que sustente dicha apropiación en el mundo social.

Particularmente resulta relevante cómo los dispositivos tecnológicos, que en conjunto dan el acceso al mundo digital, se han convertido, quizá, en las innovaciones emanadas del capitalismo cuya inserción en la vida cotidiana ha sido más rápida en comparación con otros desarrollos técnicos como la radio, la televisión, el cine o la prensa. No obstante, esta aparente aceptación social no desplaza su materialidad capitalista, aunque lo virtual se consolide como un espacio-no-físico (García y Olmedo, 2019).

En este sentido, la *comunicación emergente* como concepto permite delimitar y analizar el uso que los movimientos sociales como el feminista, pacifista, de la diversidad sexual, entre otros, le dan a la esfera digital y todo el conjunto de medios que allí se desarrollan (redes sociodigitales, páginas web, blog, software libre, por mencionar algunos). No obstante, es importante mencionar que la esfera digital y sus respectivos medios pueden, y de hecho lo hacen, ser usados tanto con fines reivindicativos y transformadores, como conservadores y reproductores del *statu quo*.

### 3. Movimientos sociales contemporáneos

Los movimientos sociales poseen una trayectoria histórica en el desarrollo de las sociedades; son ellos la expresión propia de lucha y cambio donde los intereses por los que se movilizan entran en conflicto con aquellos que han sido reproducidos en el estado actual de las cosas. Estas movilizaciones, no obstante, han cambiado tanto en esencia como en estrategias a través del tiempo; uno de esos cambios se ha dado a partir de los desarrollos tecnológicos tales como el espacio virtual y las redes sociodigitales.

Por esto, pensar los movimientos sociales contemporáneos implica identificar una ruptura sustancial entre aquellas acciones colectivas que se realizaron a inicios del siglo XX y los que se llevan a cabo en la actualidad. Si los primeros estaban enfocados en las antinomias burguesía/proletariado como lo han sido los movimientos obreros y campesinos, actualmente la antinomia en la que se enfrentan las movilizaciones actuales es la de la libertad/sometimiento e independencia/dependencia; esta nueva dicotomía en el seno social se da por los cambios dentro de la relación entre la esfera individual y la colectiva. De acuerdo con Millé (2017) “se trata de un proceso permanente, que no todo logran sin conflictos, para equilibrar la independencia (sensación de desarraigo), con la dependencia (búsqueda de definición y pertenencia)” (p.47).

Estos movimientos sociales obtienen presencia a partir de los años sesenta y setenta del siglo pasado mediante las movilizaciones en Francia (1968), México (1968) y Praga (1968), entre otras. Estas acciones colectivas se materializan a partir del derrumbe de las ‘metanarrativas’ (Inglehart, 2001) que fueron establecidas con base en lo socialmente reproducido por las diferentes sociedades y que desde finales de 1970 empezaron a ser cuestionadas por la opresión que representaban para otras formas de ser/estar en sociedad. Es el desbordamiento de la esfera privada en el espacio y la esfera pública lo que promueve que los individuos se organicen para hacer cambios primero de aceptación en la esfera social y luego de intervención en el ámbito político a través de la modificación de los cuerpos normativos que dan sustento a dicha desigualdad que encuentra cabida en “un mundo de rigidez y esencia, fe ciega en término existencialistas donde la nacionalidad, o la raza, o el género, o la religión sean vistos en forma natural” (Young, 2012, p.244).

De esta manera, parte de los movimientos sociales contemporáneos emanan de necesidades de expresión alternativas de la identidad en el espacio público, por ello:

Estos movimientos de base identitaria se forman, fundamentalmente, a través de relaciones sociales, y su principal objetivo consiste en transformar importantes aspectos de los modelos culturales dominantes, con el fin de alcanzar reconocimiento en la defensa y autoafirmación de las identidades particulares del grupo (Monferrer, 2010, p.6)

Dichos movimientos culturales que también encuadran con el discurso rector que el Estado ejercía sobre su respectiva población bajo la promesa de alcanzar la modernidad a través de la modernización (Berman, 2011). Es por ello que el conflicto se hace presente entre quienes pugnan por los cambios en términos de políticas públicas y aquellos que resisten a dichos cambios ya que ven diluir sus privilegios ante la reconfiguración de lo socialmente aceptado.

Así, “los movimientos de la diversidad sexual, pacifistas, antinucleares, feministas, entre otros, concatenan sus discursos a partir de la necesidad de reivindicar la pluralidad en una sociedad donde puede -y debe- haber más sociedades” (Olmedo, 2019a, p.31). Esta intervención se enmarca en un proceso de democratización donde los sistemas y partidos políticos se ven influenciados por dichas movilizaciones ya sea a través de la intervención directa mediante la búsqueda del poder o por la apropiación de las demandas por un partido político.

Un método de intervención que ha resultado útil para dar visibilidad a su condición y demandas ha sido con el mundo virtual, ya que su inserción allí desdibuja la limitante espacial y temporal que el mundo real supone, por ello es que varios de los movimientos contemporáneos han definido ese espacio como un lugar estratégico; en ese momento el mundo virtual deja de ser entendido como un medio/vehículo para la comunicación y la información y se convierte en un medio/contexto de interacción entre los individuos que allí se encuentran replicados a través de cuentas y perfiles.

Si los movimientos sociales (y respectivos contramovimientos) se adaptan a los recursos disponibles a su alcance, entonces la apertura mediática que supone la Internet como un medio/contexto de interacción-comunicación adquiere relevancia estratégica para ellos porque: 1) no requiere de procesos de gestión ante el Estado para poder ocuparlos como sucede con las concesiones de radio y televisión, 2) su uso y administración para la producción de información es de baja inversión de capital, por lo que se vuelven costeables al corto y largo plazos, en comparación con la inversión económica para el capital constante y variable en un periódico o una producción cinematográfica, 3) la penetración de este tipo de herramienta en la vida cotidiana ha dado paso a que adquiera un carácter masivo, por lo que incluso los medios tradicionales han optado por su inserción en dicho espacio.

De hecho, este atributo que en su momento era solo de los grandes monopolios mediáticos surge “como resultado de la proliferación al infinito de información y la acumulación de la misma comunicación. ese ruido deriva en pluralidad; todos los individuos quieren ser parte de la esfera pública, aunque no posean un tema a tratar en dicho lugar” (García y Olmedo, 2019, p.92), lo que provoca que en dicho espacio, los movimientos no sólo se encuentren consigo mismos, sino con sus contramovimientos.

Dentro de esta capacidad de uso por parte de los individuos, los movimientos sociales contemporáneos se apropian de este tipo de tecnologías para: 1) potenciar la visibilidad de sus demandas, 2) conformar alianzas estratégicas con aquellos actores, organizaciones, líderes de opinión o activistas que compartan las exigencias del movimiento, y 3) generar redes de acción más allá de la barrera espacial que deriven en la réplica del movimiento en otros lugares dentro del mismo país, estado o región, según sea el caso. Así el uso de estos medios de comunicación digitales, entendidos como aquellos cuya base está en la Internet, por parte de los movimientos se vuelve particular, de allí que surja la necesidad de analizarlos de manera particular de una perspectiva comunicativa (Craig, 1999) a través de la comunicación emergente.

Es importante identificar que cuando estos movimientos contemporáneos concretan parte de sus demandas, pueden surgir organizaciones que en conjunto resisten estas modificaciones; ellas conforman un contramovimiento, el cual “es una acción colectiva dirigida contra un adversario social, para la apropiación, el control y la orientación de los medios de producción social” (Melucci, 2010, p.51). Estos contramovimientos también poseen organización y movilización, de la misma manera que tienen, al menos, los mismos recursos comunicativos a su alcance como las redes sociodigitales, por lo que la lucha que se encarna en el plano social concreto se está replicando en el espacio-no-físico, es decir, el espacio virtual que se crea en internet de manera general y en las redes sociodigitales en particular. Ese es un panorama que se presenta con la apertura mediática que se da en el plano comunicativo en tanto “la proliferación de los medios debería conducir a una mayor diversidad de puntos de vista” (Vattimo, 2000, p.299), aunque en esa proliferación no hay un filtro; todos pueden hablar independientemente del sentido y su repercusión en el plano social concreto.

#### **4. El movimiento LGBTTTIQA y la noción de red**

El movimiento Lésbico, Gay, Bisexual, Travesti, Transgénero, Transexual, Intersexual, Queer, Asexual (LGBTTTIQA) en México cierra sus inicios en 1978, cuando se da la primera apropiación del espacio público mediante un contingente de disidentes sexuales que se inserta en las filas de la movilización en la capital del país en conmemoración de la Revolución Cubana (Olmedo, 2019b).

Su irrupción en el espacio público y en la vida social se da en el desbordamiento de la reivindicación de identidad más allá del espacio privado (de allí la idea de ‘salir del clóset’). Así, las demandas de aceptación, inclusión y exigencia de derechos, por ejemplo, del movimiento de la diversidad sexual genera una pérdida de legitimación de los grandes relatos y de las políticas que buscan la transformación radical, así como la ruptura de tradiciones a veces encarnadas en relaciones asimétricas de poder que someten a cierta parte de la población por su género, preferencia sexual, estilo de vida y cosmovisión, por mencionar algunas. En la siguiente tabla se puede observar el desarrollo general del movimiento LGBTTTIQA en México

Periodo	Organizaciones	Actores	Demandas
1971-1978	Principalmente clandestinas, se encuentran en etapa de conformación y articulación	Principalmente se trata de gays y lesbianas de clase media ilustrada	Incorporación a los espacios públicos, reconocimientos a la diversidad; derecho a la diferencia
1978-1981	Se consolidan en aspectos organizativos; se muestran en actos públicos; dan inicio a relaciones con organismos gubernamentales y se incorporan a la vida pública y social	Idem	Idem
Años ochenta 1982-1991	Se ven mermadas por la pandemia del sida, disminuye su membresía; muchas organizaciones desaparecen o cambian su actividad preponderantemente; se incorporan voluntarios heterosexuales	Se trata de gays afectados del VIH/Sida y grupos sociales circundantes	Respuesta gubernamental a la pandemia del sida enfocados con criterios de salud pública.
Años noventa 1992-2000	Etapa de abandono de sus bases; cambio de liderazgos; aparecen nuevas organizaciones producto de divisiones de las anteriores y por la ampliación de objetivos en los que se incluyen tanto los de tipo social como los médicos; se inician muchas y muy variadas iniciativas de tipo organizaciones, cultural, social, político, económico, público.	Los actores se diversifican hasta conformar un abanico muy amplio de posibilidades: gays, lesbianas, travestis, transgéneros, transexuales, bisexuales; y toda una amplia gama de formas comportamentales (osos, leathers, vaqueros, BDSM, etcétera)	Acceso universal a medicamentos antiretrovirales; incorporación del pleno derecho a la vida ciudadana; reconocimiento a las distintas formas de la diversidad sexual; normalización del hecho lésbico y homosexual con todas sus variantes
Siglo XXI 2000-2016	Se consolidan varios esfuerzos iniciados en los años noventa. Comienza la incidencia en políticas públicas y programas de gobierno, como el reconocimiento a identidades trans, matrimonio igualitario, modificación a leyes punitivas de la diversidad sexual, entre otras	Idem	Idem

Fuente: Salinas (2017: 97)

Es en el último periodo en que no sólo se diversifican las demandas del movimiento, sino que allí se encuentran los primeros contactos con los desarrollos tecnológicos que posibilitaban la entrada al espacio virtual; el proceso de apropiación por parte de este movimiento se da a partir de convocar a la movilización por sus derechos, así como la difusión de sus demandas. Incluso, se puede observar que incursionan con la creación, planeación y difusión de campañas enfocadas a la comunidad LGBTTTIQA mediante internet (Olmedo, 2019b).

Así, “el activismo comunicativo en todo su esplendor cambió la consigna que hasta entonces regía por: ‘Don’t hate the media, be the media’” (Rovira, 2016: 307) mediante un proceso gradual y paulatino de incremento de difusión a través de las redes sociodigitales. A través de esta difusión, y lo que supone la replicación de las organizaciones e individuos en el mundo virtual mediante perfiles, este movimiento ha podido trascender las barreras del espacio geográfico para dar paso a la construcción de una red de interacción-comunicación que se desarrolla paralelamente a la red de actores, medios y donadores que un colectivo o un activista del movimiento construye a lo largo de su vida sociopolítica en el mundo real concreto; en este momento, las redes se conjuntan y dan paso a una red de redes que se establecen en ambos mundos<sup>15</sup>.

Una forma de construir red en las redes sociodigitales es a través del Hashtag, en tanto que su replicación adquiere trazabilidad en el mundo virtual a lo largo del tiempo. En sí, el Hashtag se consolida como la expresión creativa del individuo adaptada a la lógica funcional de la red sociodigital Twitter, debido a que su

15 No obstante, es importante hacer notar que en dicho proceso de construcción de redes, al menos en el mundo virtual se generan dos condiciones importantes, a saber: 1) que las redes que se crean en los medios digitales (las redes sociodigitales, por ejemplo) pueden tener como base la concatenación simbólica del contenido que allí se vierte, y 2) para que una relación en el mundo virtual se materialice, en el caso de un movimiento social, es importante concretar la relación en el mundo real para que pueda tener un impacto positivo a la acción colectiva, como por ejemplo, la réplica del mismo en otro espacio geográfico.

construcción está condicionada a la delimitación cuantitativa de caracteres en un ‘tuit’, por un lado, y a que su uso simbólico lo determina el individuo y la finalidad de difusión del mismo, por otro. Es a través del Hashtag que se puede insertar la noción de red como un método de análisis en el espacio virtual debido a que la replicación simbólica de dicho signo<sup>16</sup> permite identificar una serie de nodos (usuarios) que mediante la publicación propia, retuit o mención de otro usuario se generan vínculos que construyen una serie de patrones, indicadores y sentidos simbólicos que acompañan a dicho Hashtag, las demandas que exigen y si es su proliferación en el espacio virtual de Twitter puede llegar a convertirse en una Tema de Tendencia (TT).

La noción de red, por tanto, remite a “un conjunto de actores (o puntos, nodos o agentes) entre los que existen vínculos (o relaciones)” (Hanneman, 2000, p.3), no obstante, en el espacio virtual esa red puede ser dinámica (en tanto su tamaño varía en el paso del tiempo por cuestiones de interacción o finalidad) e inestable en términos temporales debido a que el uso de Hashtags ha estado concatenado a movilizaciones específicas y muy pocas veces de forma adherida a una organización o movimiento en general.

Un elemento importante dentro de la noción de red es que “las redes son mecanismos de comunicación, transmisión de información y aprendizaje, pero representan también estructuras de poder” (Sanz, 2003, p.24), por lo que su análisis deriva no sólo es la visualización de la lucha que se replica en el espacio virtual, sino en la identificación de aquellos individuos que bajo sus relaciones en ambos planos (la realidad social y el mundo digital) poseen un papel relevante en dicha red, sea por su profesión, su ámbito de trabajo, de la trayectoria que posee, o por su activismo, esos nodos adquieren relevancia que es tomada en cuenta para poder crear o modificar las acciones que realiza el propio movimiento. De allí la necesidad de utilizar los indicadores que el Análisis de Redes Sociales posee.

## 5. Los Hashtags #LGBTTIQA<sup>17</sup> y #MatrimonioIgualitario en México

Si los Hashtags se consideran “herramientas poderosas para tener una conversación sobre un tema estratégicamente seleccionado” (Bacallao-Pino, 2016, p.37), entonces su análisis en red permite identificar quién los promociona, quién tiene la capacidad de potenciar su difusión y cuáles son los sentidos simbólicos que se adhieren al mismo.

Se han seleccionado estos dos Hashtags porque el primero responde a la construcción de una identidad colectiva más allá de los límites de los Estado-Nación y el segundo porque da cuenta a una demanda que ha tenido diferentes avances y retos en el mundo, dependiendo el contexto, visibilidad del movimiento y los cuerpos normativos que en cada Estado prevalece.

Para el análisis de los Hashtags #LGBTTIQA y #MatrimonioIgualitario se utilizó el software NodeXL con el cual se extrajo la red construida alrededor de estos dos Hashtags desde el 24 de julio y hasta el 24 de septiembre debido a que este software sólo permite extraer información de la red construida en los seis días anteriores a la recopilación de información. Después, se dio paso a una depuración de la base de datos obtenida para sólo visualizar la red que existe en México, debido a que ambos responden a un movimiento global (Martel, 2013) donde se da el reconocimiento de la diversidad sexual con las letras de los grupos disidentes que se aglutinan en el movimiento, por un lado, y la búsqueda de un derecho que el Estado debe garantizar ante los individuos, dejando de lado la reproducción de la vida social con la base heteronormativa que supone el matrimonio heterosexual<sup>18</sup>, por otro.

Posteriormente, se utilizó el software Gephi para la visualización del grafo ya que “permite explorar y modificar la representación de la red con el objeto de identificar con mayor facilidad sus propiedades” (Ricaurte y Ramos-Vidal, 2015, p.181). A partir de dichos softwares se obtuvieron los indicadores más importantes que constituyen la red como lo es densidad de red (el porcentaje de vínculos que posee la red en comparación con el total que podría desarrollar), nivel de grado (número de vínculos que posee un nodo con

16 Signo en tanto posee un significado y un significante que lo diferencian; su uso se da en el seno de la vida social (digital).

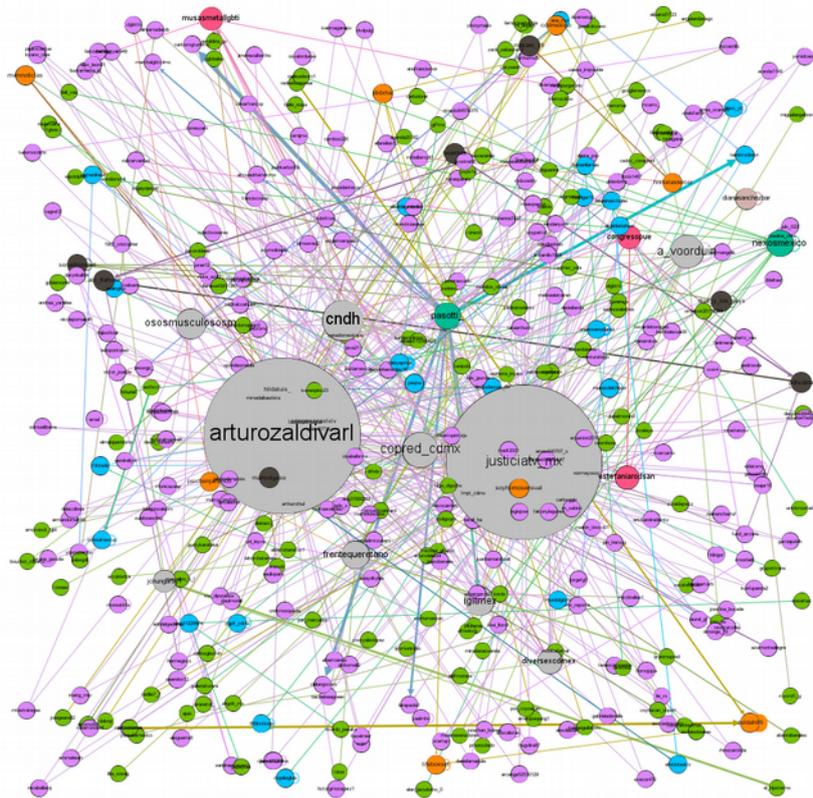
17 En el caso del movimiento de la diversidad sexual en el plano virtual no existe una homogeneidad respecto a este Hashtag ya que con el paso del tiempo se han integrado letras que dan cuenta de la complejidad del movimiento, o a veces se hace una reducción por ejemplo en el caso de las tres tes a una sola. Por ello, el análisis aquí realizado es derivado de los siguientes Hashtags que aglomeran en México esta identidad: #LGBT, #LGBTT, #LGBTTT, #LGBTTTI, #LGBTTTIQ y #LGBTTIQA.

18 En el caso mexicano, la lucha por el matrimonio igualitario ha llevado un proceso no sólo de inserción, sino de modificación de los cuerpos normativos que han construido el concepto de matrimonio bajo la base heteronormativa y con la finalidad de perpetuar la especie, lo cual deriva en un complejo proceso de asimilación y cambio a la idea legal de matrimonio, que por mucho es símil de la concepción religiosa.

otro nodo, éstos pueden ser de entrada o salida dependiendo la direccionalidad que se desee analizar), entre otros.

En la siguiente imagen se puede observar la red construida a partir del Hashtag #LGBTTTIQA

**Figura 1. Red sociodigital derivado del Hashtag #LGBTTTIQA en México**



Fuente: Elaboración propia.

Dicha visualización, particularmente el tamaño de nodo, se ha presentado conforme al nivel de grado que posee cada uno de los 390 nodos que constituyen la red; de hecho, “el grado de un nodo es la suma de las líneas que tiene ese nodo, los vínculos directos que tiene cada uno” (Paniagua, 2012, p.37). Por ello, aquellos nodos que poseen un mayor tamaño poseen un mayor grado en la red. En la tabla siguiente se muestran los cinco nodos con mayor nivel de grado.

**Tabla 2. Usuarios con mayor nivel de grado**

Usuario	Nivel de grado	Grado de entrada	Grado de salida
arturozaldivarl	131	130	1
Justiciatv_mx	130	129	1
cndh	23	23	1
Copred_cdmx	19	18	1
a_voordu	17	1	16

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, de los cinco usuarios, uno es el integrante de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), dos responden a perfiles de instituciones que velan por la prevención de la discriminación (COPRED) y los derechos humanos (CNDH), uno a un medio de comunicación del poder judicial de la federación y uno al de un abogado integrante de la Comisión de Política Gubernamental e Materia de



En términos generales, esta red también está generada a partir del nivel de grado entre los nodos que la componen; los cinco usuarios con mayor nivel de grado se presentan en la siguiente tabla.

Usuario	Nivel de grado	Grado de entrada	Grado de salida
cesarbricec	125	101	24
etoremolina	66	60	6
sre_mx	38	37	1
colectivoptfyuc	30	15	15
jpgalicia	26	25	1

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla, la lógica de interacción-comunicación es particular en tanto dos de ellos son activistas, uno es una institución, uno es un colectivo y uno pertenece a un medio de comunicación (radio)<sup>20</sup>. En términos generales el tipo de grado que predomina es el de entrada, sin embargo, existe un proceso diferente en comparación con la red del Hashtag #LGBTTTIQA ya que: 1) existe la presencia de activistas del movimiento de la diversidad sexual, y 2) la distribución de vínculos entre los de entrada y salida es diferente en proporción, pero al menos, parece tender a un equilibrio. En esta red, por otro lado, se presenta una característica importante que da cuenta de la lógica de acción a partir del proceso administrativo-legal para llevar a cabo las modificaciones legislativas que den paso a la aceptación de la demanda en el plano social y jurídico, ya que de acuerdo con la distribución de facultades, la modificación de estos cuerpos normativos es atribución de cada estado, por lo que su respectivo poder legislativo es el encargado del proceso de propuesta y/o modificación del Código Civil en donde se estipula la definición de matrimonio.

Por ello, en la red presentada se puede ver la presencia del perfil oficial del Congreso de Yucatán, debido a la lógica que se presentó cuando se llevó la iniciativa en dos ocasiones y en ambas fue negada. Este Hashtag, por tanto, muestra parte de la inestabilidad y dinamismo de la red ya que se presenta de manera intermitente y cada vez que la propuesta de modificación es llevada al pleno legislativo de algún estado.

Destaca la participación de activistas y colectivos, lo cual muestra y refuerza la premisa que en el espacio digital se da un proceso de descentralización de la esfera pública (digital) que en el plano social real concreto se encuentra alimentada y acotada por los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio y la prensa. Esta red está constituida por 1824 nodos y 862 vínculos, por lo que su densidad de red es de 5.18%, lo que significa que existe una mayor cohesión en términos de interacción-comunicación que en la red del Hashtag #LGBTTTIQA.

Finalmente, una de las características que supone el espacio virtual es el caos derivado de la saturación de información y comunicación que se da en el espacio-no-físico donde todos pueden decir algo, aunque no necesariamente tengan algo que decir. Cada una de las personas que en esa red poseen un papel estratégico tienen a la vez un rol específico en el plano social concreto, de allí responde parte de su relevancia en dichas redes.

En la siguiente tabla se puede observar el rol que cada uno de los actores identificado presenta.

**Tabla 3. Roles de usuarios más relevantes por Hashtag**

Usuario	Rol	Nivel de grado
Hashtag #LGBTTTIQA		
arturozaldivarl	Integrante de la SCJN	131
Justiciatv_mx	Medio de comunicación estatal	130
cndh	Institución	23
Copred_cdmx	Institución	19
a_voorduin	Integrante de Institución	17
Hashtag #MatrimonioIgualitario		
cesarbricec	Activista	125
etoremolina	Activista	66

<sup>20</sup> La información descriptiva de cada usuario ha sido retomada de cada uno de sus respectivos perfiles en Twitter.

sre_mx	Institución	38
colectivoptfyuc	Organización Social del Movimiento	30
jpgalicia	Medio de Comunicación	26

Fuente: Elaboración propia

Los roles, así, muestran que 1) la participación del movimiento no está dado por una centralidad de actores de tipo ‘caudillos’, lo cual propone una diversificación en quienes participan y en qué demanda participan (la del reconocimiento y la formación de una identidad o la lucha por la modificación de los cuerpos normativos), y 2) existe una descentralización en la intervención de la esfera pública (digital) emergente, desde la cual los medios de comunicación y sus respectivos líderes de opinión pueden ser desplazados por activistas, organizaciones y personas cuya acción en la vida social resulta relevante para las demandas que emanan de dichos movimientos, en este caso el de la diversidad sexual.

Resulta importante también mencionar que estas redes, más allá de visualizar la lucha y el proceso de construcción de alianzas estratégicas o simbólicas que se llevan a cabo en el mundo virtual, igualmente permite identificar la existencia de lógicas que van cambiando conforme la demanda: mientras que en el Hashtag #LGBTTTIQA las personas con mayor nivel de grado son quienes pertenecen a instituciones enfocadas a prevenir las desigualdades y violencias simbólicas que de la sociedad y el Estado provienen. En el caso de la demanda de #MatrimonioIgualitario quienes poseen mayor centralidad no son aquellos que toman la decisión de modificación, sino los activistas que potencian la visibilidad de la demanda y su respectiva movilización para generar presión e incidencia en el plano social, por un lado, y el político, más allá del cabildeo previo. De esta manera, cada una de los Hashtag posee una finalidad diferente, lo cual responde a una pluralidad de participación y por ende, a una diversidad de redes que se conjugan a lo largo del tiempo.

## 6. Conclusiones

La constante innovación tecnológica sobre la Comunicación ha dado paso a repensar los movimientos sociales desde el uso que le dan a estos nuevos dispositivos y mundos. Uno de ellos ha sido la apropiación de los medios digitales con la finalidad de mostrar su condición, visibilizar sus demandas y crear alianzas que concuerden con sus exigencias en tanto se da un proceso de incorporación de dichos espacios virtuales como áreas estratégicas para materializar sus objetivos planteados

En este trabajo se ha propuesto el término de *comunicación emergente* para dar atención a esta particularidad dentro de la apertura comunicativa que el espacio virtual implica; este concepto no está aislado, ya que su uso responde a una forma de incorporación en la vida cotidiana por parte de la sociedad, siendo claramente diferente su uso al que el Estado y la Industria Privada han dado a lo largo del tiempo. De hecho esta propuesta conceptual intenta delimitar este uso de todos los posibles que los individuos realizan en su devenir social, político, cultural e histórico.

En términos teórico-conceptuales, la comunicación emergente se vuelve parte de conceptos tales como prensa contestataria y radio comunitaria que dan cuenta sobre cómo la sociedad civil ha aprovechado estos medios de comunicación para dar atención a fines disruptivos a la lógica capitalista y al oficialismo del aparato estatal. En este nuevo campo, finalmente, se abre un abanico de posibilidades de abordaje y estudio que pueden coadyuvar a entender estas movilizaciones, así como los diferentes usos que pueden desarrollar.

Muestra de lo anterior ha sido el análisis presentado sobre las redes sociodigitales construidas a partir de dos Hashtags propios del movimiento de la diversidad sexual en México; cada uno responde a demandas específicas, por lo que su estructura tiende a ser diferente; mediante el Análisis de Redes Sociales se identificó que la relevancia o el papel estratégico que juega un nodo debe ser contextualizado por la demanda que se exige y por el rol en el plano social concreto que dicho nodo posee. Así, el número de vínculos no quiere decir que el individuo o el colectivo sea el más importante o quien toma las decisiones finales sobre los cambios solicitados, sino que pueden ser personas cuyo rol directa e indirectamente los involucra debido a su quehacer en la vida cotidiana o por el trabajo que desarrollan.

Finalmente, se observó que en el espacio digital permite una mayor intervención de diferentes sectores en la vida pública y sus respectivos ámbitos; esta particular forma de apropiación le dan justificación y materialidad a un campo potencial de investigación y análisis que derive en propuestas de mejora para el que los movimientos sociales contemporáneos puedan incidir en la esfera pública sobre los temas y demandas que atañen a la sociedad actual.

## 7. Referencias

- Bacallao-Pino, L. M. (2016). Social Media y movilizaciones sociales: tensiones entre articulación y visibilidad. En J Candón-Mena (ed.), *Actas del I Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC celebrado del 5 al 7 de febrero de 2015* (pp. 30-50). Sevilla: COMPOLÍTICAS.
- Berman, M. (2011). *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. México, México: Siglo XXI.
- Cadena-Roa, J. (2016). *Las organizaciones de los movimientos sociales y los movimientos sociales en México, 2000-2014*. México, México: Fundación Fiedrich Ebert en México.
- Candón Mena, J. (2011). *Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos en la sociedad de la información* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9 (2), 119-161.
- Crovi Druetta, D. (2012). Apropiación: una aproximación conceptual. En M. Portillo Sánchez, y I. Cornejo Portugal, *¿Comunicación posmasiva?* (pp. 149-162). México, México: Universidad Iberoamericana.
- Díez, J. (2018). *La política del matrimonio gay en América Latina*. México, México: Fondo de Cultura Económica.
- García Calderón, C., y Olmedo Neri, R. A. (2019). El nuevo opio del pueblo: apuntes desde la Economía Política de la Comunicación para (des)entender la esfera digital. *Iberoamérica Social* 7 (12), 84-96. Recuperado de <https://iberoamericasocial.com/wp-content/uploads/2019/07/El-sexto-continente-en-Iberoam%C3%A9rica-la-emergencia-de-la-comunicaci%C3%B3n.-Iberoam%C3%A9rica-Social-N%C2%BA-XII.pdf>
- Gunter, B. (2014). Los procedimientos de las investigaciones cuantitativas. En K. B. Jensen, *La comunicación y los medios* (pp. 379-424). México: Fondo de Cultura Económica.
- Han, B.-C. (2018). *Psicopolítica*. Barcelona, España: Herder.
- Hanneman, R. (2000). *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Inglehart, R. (2001). *Modernización y posmodernización*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Martel, F. (2013). *Global Gay. Cómo la revolución gay está cambiando el mundo*. Madrid, España: Taurus.
- Melucci, A. (2010). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México, México: El Colegio de México.
- Monferrer Thomàs, J. M. (2010). *Identidad y cambio social*. Madrid, España: Egales.
- Olmedo Neri, R. A. (2019a). Del contexto a la acción: los 'nuevos' movimientos sociales en América Latina. *Movimiento* (11), 30-32.
- Olmedo Neri, R. A. (2019b). Los medios en la inclusión de la diversidad sexual en la Ciudad de México. *Revista Internacional de Ciencias Sociales Interdisciplinarias*. 7 (2), 187-200
- Ricaurte, P., & Ramos-Vidal, I. (2015). Investigación en redes sociales digitales: consideraciones metodológicas desde el paradigma estructural. *Revista Virtualis*, 165-194.
- Rovira Sancho, G. (2016). De las redes activistas a las multitudes conectadas. *movilización social, protesta global y tecnologías de la comunicación*. En J. Candón Mena, *Actas del I Congreso Internacional MOVE.NET sobre Movimientos Sociales y TIC* (pp. 307-317). Sevilla, España: COMPOLITICAS.
- Salinas Hernández, H. M. (2017). Matrimonio igualitario en México: la pugna por el Estado laico y la igualdad de derechos. *El Cotidiano* (202), 95-104.
- Sanz Menéndez, L. (2003). Análisis de redes sociales o cómo representar las estructuras sociales subyacentes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología* (7), 21-29.
- Young, J. (2012). *El vértigo de la modernidad tardía*. Buenos Aires: Didot.



## HEGEMONÍA Y CONTRAHEGEMONÍA EN LA SOCIEDAD RED: EL USO DEL MEME CON FINES POLÍTICOS EN LOS PERIODOS ELECTORALES 2018-2019

### HEGEMONY AND COUNTERHEGEMONY IN NETWORK SOCIETY: THE USE OF MEMES FOR POLITICAL PURPOSES IN THE ELECTORAL PERIODS 2018-2019

Martínez-Pais Maesso, Santiago

Universidad de Sevilla

sanmarpamae@gmail.com

**Resumen:** Desde sus inicios, Internet ha sido un espacio de comunicación y desarrollo de discursos tanto hegemónicos como contrahegemónicos. El desarrollo tecnológico y social de la red ha dado lugar a nuevos fenómenos de la comunicación tales como el meme, que se ha popularizado en los últimos años en buena parte debido a la facilidad con la que se propaga -viraliza- por la red, así como lo versátil de su formato, que permite expresar mensajes muy complejos en un espacio muy reducido. Además, al tratarse de una forma de comunicación donde la autoría es secundaria, y que por su simplicidad se encuentra prácticamente al alcance de cualquier usuario, es muy susceptible de ser utilizada con fines de propagación de discursos con una importante carga ideológica, ya sea implícita o explícita. El presente trabajo se centra en ilustrar cómo el meme se convierte en un elemento reproductor de discursos tanto hegemónicos como contrahegemónicos, y más específicamente, cómo esto ocurre en un contexto temporal de marcado interés político. Para ello, se llevará a cabo un Análisis Crítico del Discurso -ACD- que partirá de una muestra de memes en formato imagen obtenida de varios perfiles de la red social Instagram. Dicha muestra abarcará temporalmente desde el inicio de la campaña electoral de las elecciones al Parlamento de Andalucía de 2018, hasta las últimas elecciones autonómicas y europeas en el Estado Español, el día 26 de mayo de 2019. También se tendrán en cuenta comentarios y otras formas de feedback por parte de los usuarios en las publicaciones originales, con la finalidad de obtener una visión de conjunto; de este modo además de conocer el mensaje y posicionamiento del emisor, se obtendrá una perspectiva general más detallada acerca de las comunidades donde se generan y reciben dichos mensajes. Resulta de especial relevancia contextualizar los tipos de emisores y receptores, su actividad y sus relaciones, ya que la existencia de unos entramados -networks- más o menos definidos que se articulan en torno a la emisión y recepción de memes, evidencia su eficiencia como elemento reproductor de discursos con carga ideológica.

**Palabras clave:** memes, comunicación, política, contrahegemonía, Internet

*Abstract: Since its beginnings, Internet has been a space for the development and communication of hegemonic and counterhegemonic discourses. Technologic and social development has given birth to new phenomena such as memes. This particular phenomenon has become pretty popular because of its easiness to become viral, as well as its format versatility, which allows to express complex messages in a pretty small space. Also, because the authorship is a minor aspect of the meme and also because its simplicity allows to make the message comprehensible for almost all publics, it has a very high susceptibility to become a way of propagation for ideological discourses. The present work will be focused on illustrate how memes become a discursive reproduction element, either hegemonic or counterhegemonic, and more specifically, how this happens in a moment of high political interest such as the Spanish electoral period started in the 2018 campaign for the Andalusian Parliament until the last elections happened before this work was finished –those happened the 26<sup>th</sup> of May, 2019-. To do this, the main analysis tool will be the Critical Discourse Analysis; it will be applied to a sample of visual memes obtained from the social media site Instagram. Comments from the users and other forms of online feedback will also taken into account to have a wider view of the picture; this way will allow to know the political stances of those who emit the messages and the communities they take part of. It is especially relevant to contextualize the emisor and receptor types, their activity and their relationships, because the existence of more or less defined networks articulated around memes, are a defining point as a reproductive element of ideologically imbued discourses.*

*Key words: memes, communication, political, counterhegemony, Internet*

## 1. Justificación

El motivo del presente trabajo es complementar los resultados obtenidos en una investigación previa<sup>21</sup> con unos resultados de carácter cualitativo. Si bien con la información obtenida en dicho trabajo se pudo probar que el meme, efectivamente, puede ser un vehículo de discursos ideológicos, la metodología se centró en aspectos cuantificables y sólo superficialmente en los mensajes que éstos transmitían, así como se optó por no tener en cuenta aspectos sociales como el feedback entre emisores.

Un análisis cualitativo acerca más a una comprensión del meme como un fenómeno y forma de comunicación con sus particularidades, destacándose en este caso la capacidad que tiene para transmitir eficientemente discursos e ideas complejas sirviéndose de unos formatos relativamente simples -esto es, fácilmente interpretables por el público-.

Se perfila entonces la siguiente idea: en torno a este fenómeno se generan comunidades de actores afines cuyo nexo de unión es el uso de este fenómeno para transmitir puntos de vista, discursos, etc., Estas comunidades se articulan en torno a temáticas más o menos definidas. En el caso aquí presente dicha temática sería la política española.

También es importante empezar a definir -y redefinir si es necesario- qué es el meme y qué se entiende por meme. En el trabajo previo, que este complementa, el meme se definía como un soporte o marco para un mensaje; mediante un análisis cualitativo se podrá precisar más si esta idea del meme como soporte -o formato- sobre el que se articula un mensaje es tal o si existen más dimensiones -meme como mensaje, meme como articulación intertextual de referencias, etc.

## 2. Marco teórico y contextual

### 2.1. Contextualización: precedentes a esta investigación

El presente trabajo se lleva a cabo para complementar el estudio de caso elaborado en 2018, que analizaba la comunidad andaluza de creadores de contenido en formato meme, y de cómo éstos se servían de dicho formato como medio para transmitir y expresar mensajes con un determinado posicionamiento ideológico. En esta ocasión, el análisis presta mayor importancia al apartado cualitativo y no tiene en cuenta a los creadores de contenido como actores aislados.

Una de las premisas teóricas de partida del trabajo anterior era que el meme, al ser un fenómeno comunicativo propio de Internet -entendido como un medio de comunicación de masas que da mayor libertad de acción a la ciudadanía- era susceptible de ser vehículo de ideas de corte tanto hegemónico como contrahegemónico (Martínez-Pais, 2018, p. 168). Si bien estamos ante una forma de comunicación que suele emitirse desde el seno de la ciudadanía, es evidente que puede utilizarse con fines explícitamente ideológicos e incluso partidistas. Se muestran algunos ejemplos de ello en C. Wooley y N. Howard (2019). Aquí se busca observar y describir cómo ocurre este fenómeno en el contexto español, aprovechando el ciclo de periodos electorales iniciado en el año 2018 y todavía vigente durante la elaboración del presente texto.

### 2.2. El meme como fenómeno comunicativo

Es necesario profundizar en la naturaleza de este fenómeno comunicativo y comprenderlo más allá de las funciones sociales que cumple. En primer lugar, debe ser contemplado como un fenómeno multisemiótico; el mensaje emitido se sustenta y adquiere coherencia mediante la articulación de distintos lenguajes -gráfico, fotográfico, iconográfico, etc.-. Esta perspectiva se basa en el trabajo de Barragán Gómez (2005), donde trata la aplicación del análisis crítico del discurso a textos multisemióticos, y más específicamente a una serie de imágenes publicitarias en las que se observan características formales similares a las del meme.

En el texto de Barragán Gómez se defiende la idea de que hay que romper con la noción de que imagen y texto no pueden analizarse en conjunto por ser éstas dos dimensiones de la comunicación tradicionalmente contempladas como antagónicas o, al menos, una dicotomía (pp. 362-365). El hecho de que la imagen transmita la información de una forma diferente a cómo la transmite la palabra no crea una irreconciliabilidad analítica; éstas se pueden articular en mensajes con contenidos más o menos complejos que son susceptibles de ser sometidos a análisis.

<sup>21</sup> Publicada como Martínez-Pais, S. (2018). Reproducción de pensamiento y cosmovisiones en la web 2.0: el caso del meme en Andalucía. En Muñoz Fernández, N., Oliveira J. S. y Ortega Pérez A. M. (Coords.), *Aportación interdisciplinar a los retos de la comunicación y la cultura en el Siglo XXI* (pp. 181-204) Ediciones Egregius.

Precisamente, una de las características definitorias de este fenómeno es descrita por Limor Shifman (2011); no es lo mismo un meme que un fenómeno viral en tanto que éste último no transmite necesariamente un mensaje y se caracteriza exclusivamente por ser un contenido que los usuarios han compartido de forma masiva en la red. En el caso del meme, en cambio, se altera su contenido para añadir un mensaje, que es lo que le da sentido. Para ello es necesaria una interacción en forma de diálogo entre los usuarios que generan y modifican los contenidos que, a su vez, pasan a ser reconocidos como memes (Martínez-Pais, 2018, p. 188).

No obstante, la cualidad de memicidad se encuentra estrechamente relacionada con la de viralidad (Shifman, 2011), en tanto que necesita un entramado social virtual para propagarse y cumplir con su función. En el trabajo previo se trataba la memicidad como una variante o epifenómeno de la viralidad (Martínez-Pais, 2018), pero en este caso se va a intentar perfilar más este aspecto y se le considerará no ya una variante, sino un fenómeno comunicativo diferente pero estrechamente relacionado. A diferencia de un fenómeno viral, y como texto multisemiótico, el meme se sirve de referencias preexistentes, no necesariamente explícitas, que el público al que va dirigido el mensaje capta porque conoce los códigos culturales necesarios para interpretar dichas referencias<sup>22</sup>. Es por ello que no necesariamente tiene que actuar dentro de un entramado tan amplio para que se cumplan los requisitos básicos que le definen.

Enlazamos aquí con la naturaleza social del fenómeno. Como cualquier otra forma de comunicación simbólica, para transmitir de forma eficiente un mensaje se requieren unos códigos comunicativos preexistentes conocidos por el emisor y el receptor, esto es, requiere un sistema social previo en el que se hayan generado dichos códigos. El tamaño, naturaleza y función social del sistema son variables, lo que lo define es el contenido de la información que comparten los actores que componen dicho sistema –o subsistema- (Zapata Hincapié, 2014, p. 400).

### 2.3. *El meme como fenómeno social*

Internet está compuesto por un entramado de redes en el cual los diferentes tipos de relaciones, ideas y dinámicas de comportamiento humanas –de poder, económicas, etc.- tienden a reproducirse (Castells, 2009); la actividad online debe ser contemplada como una extensión de lo offline. Pero existen algunos matices que caracterizan las interacciones humanas en Internet, siendo los principales la inmediatez en la comunicación y la cantidad masiva de información que se puede obtener y generar en formato digital sin apenas ocupar un espacio físico. A esto hay que añadir que Internet es un medio de comunicación audiovisual que se apoya principalmente en el apartado visual. La enorme cantidad de contenidos audiovisuales simples que son generados constantemente, y la repetición y viralización de éstos, reconfigura nuestra percepción de la realidad social.

Así, del mismo modo que en el resto de medios de comunicación de masas, los contenidos publicados en la red acaban resultando clave en la configuración de la cosmovisión hegemónica de las distintas sociedades. Y si bien en Internet hay un potencial de democratización de la comunicación e intercambio de ideas que no es propio de otros medios supeditados a los intereses de la industria cultural, la ciudadanía también cumple su rol en la reproducción de estas ideas hegemónicas –así como contrahegemónicas-.

En este caso el interés se centra en el meme. En el trabajo que precede al presente, se observó cómo este fenómeno puede también servir de vía de resistencia –o al menos visibilizador de la disidencia- ante la hegemonía. La cuestión ahora es observar los entramados sociales existentes en torno a éste, y ver cómo se articulan dichos entramados; cómo aquellos emisores con mayor afinidad discursiva se encuentran más cerca en la red –red entendida en el sentido de conjunto de nodos interconectados- entre sí y cómo el tipo de contenidos configura dicha red. Por ello el foco de la atención se va a dirigir a contenidos y emisores que tengan un carácter explícitamente político, acotando de este modo el sujeto de estudio a un subsistema –en el sentido que expone Zapata Hincapié (2014, pp. 400-401)- de la comunidad/red de emisores/creadores de contenido en formato meme. Se asume aquí, dada la base teórica de la que se parte, que estas redes de creadores de contenido están compuestas por subredes -subsistemas- conectadas entre sí (ibídem) no tanto por afinidad como por la naturaleza común de los contenidos y mensajes.

Dada la diversidad de discursos en la red, hay que contar con la posibilidad de que los antagonismos entre posiciones enfrentadas resulten ser un factor clave en los contenidos y en las interacciones de los diferentes actores; se establece aquí un paralelismo con lo que expone Barragán Gómez (2005, p. 366) acerca del ámbito publicitario, donde distintas posturas luchan por imponerse. Se asume aquí que en el terreno de lo

<sup>22</sup> En el texto de Barragán Gómez se introduce el concepto de Iconosfera, que a su vez se basa en la explicación de R. Gubern (1987), que ha servido de base para desarrollar la noción de que un público determinado atribuye unos significados propios a unos determinados símbolos, generando así sus propios códigos.

ideológico esta lucha por la imposición se verá más acentuada, convirtiéndose los espacios comunes de la red en campos de batalla ideológicos.

#### 2.4. Potencialidades políticas del meme

Por esta misma razón, resulta necesario estudiar las estrategias y mecanismos por los que el meme se convierte en un instrumento capaz de reproducir un mensaje de corte político. El momento histórico actual en términos políticos se define, en buena medida, por una transición generacional de la ciudadanía donde los nativos digitales comienzan a llevar a su propio terreno –Internet- las luchas y discursos (Candón Mena y Sierra Caballero, 2017 pp. 921-922). Se afirma desde aquí que esto se traduce en un uso político explícito de toda forma de comunicación online susceptible de ser vehículo discursivo, ya sea para afianzar el discurso propio o para denostar el ajeno.

La dimensión temporal, y más específicamente, la inmediatez de transmisión del mensaje, es hoy un factor decisivo en la lucha por la hegemonía protagonizada por los distintos actores que tratan de transmitir y reproducir exitosamente sus cosmovisiones en la red. Se vuelve a recurrir aquí a la triangulación de los factores de comunicación, velocidad y poder descritos en Torrado Morales et al. (2011) basándose en el trabajo de Castells. En el contexto que concierne al presente trabajo, se asume que una adecuada estrategia de comunicación ideológica –o explícitamente política- requiere una adecuada coordinación de los dos primeros factores –comunicación y velocidad- para afianzar la base del poder, entendido en este caso como la capacidad de influir sobre las acciones y la opinión del público online; en síntesis, quien primero llegue a un espacio comunitario virtual con una mejor estrategia comunicativa, tendrá más afianzada su presencia como actor político en dicho espacio.

Como ya se ha ido diciendo a lo largo de este apartado, el aspecto social de estas estrategias de comunicación en Internet es fundamental para que tengan éxito. De este modo, si existe una comunidad más o menos cohesionada que comparta, por un lado, unos mismos códigos, y por otro unos mismos objetivos, ideas, valores, etc., lo lógico es pensar que por afinidad se generarán redes de creadores de contenidos (Martínez-Pais, 2018, p. 191) que, de forma más o menos orgánica, se articulen en la práctica con el fin de hacer llegar mensajes comunes a un público más amplio del que podrían obtener actuando en solitario.

En el ámbito de la investigación académica ya se ha abordado el fenómeno meme vinculado a la política. Uno de los momentos históricos donde más quedó patente esto fue durante el periodo electoral estadounidense de 2016; en plena campaña electoral se viralizaron vía Twitter memes de desprestigio a Hillary Clinton (C. Wooley y N. Howard, 2019, pp. 7, 187-188, 193). También han sucedido fenómenos similares en Taiwan (J. Monaco en C. Wooley y N. Howard, p. 109), donde ya se vinculaba este fenómeno a fines partidistas. Otro ejemplo más cercano a Europa; en el contexto de crisis económica y aprovechando también la crisis de los refugiados en Alemania, grupos ultraderechistas han utilizado el meme como arma contra el establishment (N. Neubert, *ibídem*, p. 155).

En España, la opinión pública comienza a tomar conciencia de la relevancia y del potencial impacto de este fenómeno, bien por familiarización con la realidad de Internet, bien porque los medios de comunicación ya se están haciendo eco de ello. Dos ejemplos de fenómenos mediáticos relacionados con este tema son: la reapropiación por parte de la comunidad LGTBI de un meme originalmente creado para antagonizarla<sup>23</sup>, o los contenidos derivados de la exhumación del dictador Francisco Franco<sup>24</sup>. A pesar de lo aparentemente frívolo de estas noticias, hay un importante hecho subyacente: la ciudadanía ha encontrado un nuevo medio por el que expresar y comunicar masivamente sus opiniones e ideas políticas.

Ahora se presenta la siguiente cuestión: ¿cómo enfocar el análisis del fenómeno meme en el contexto descrito? La respuesta que aquí se propone es que resulta necesario un abordaje crítico y multidisciplinar del fenómeno. Resulta fundamental comprenderlo como un fenómeno comunicativo con unas características propias, y por ello se ha optado por continuar en la línea de Barragán Gómez (2005), que parte de la aplicación del Análisis Crítico del Discurso –ACD en adelante- en textos multisemióticos. El principal motivo por el que se ha optado por ello es la ruptura con la noción de que imagen y texto deben ser analizados por separado, y que, si bien el ACD se utiliza principalmente para analizar muestras en formato de texto escrito o audios, los textos multisemióticos –como el meme- pueden ser igualmente sometidos a análisis del mismo modo que cualquier otra muestra de información ya que contienen información articulada de una forma coherente y transmiten un mensaje (Barragán Gómez, 2005, pp. 361-363).

23 EFE (30/04/2019) El fantasma Gaysper, de meme antigay de Vox a icono LGTBI. Lavanguardia.com

24 Tremending (07/10/2019) ¿Es un pájaro? ¿Un avión? Son los memes imaginando cómo sería sacar los restos de Franco del Valle de los Caídos por aire. Publico.es

### 3. Objetivos

#### 3.1. Objetivo general

Ilustrar cómo en un momento de marcado interés y actividad política como el periodo electoral 2018-2019, el meme se instrumentaliza por parte de determinados actores, convirtiéndose en un elemento reproductor de discursos hegemónicos y contrahegemónicos, sujeto a intereses políticos directamente vinculados con los procesos electorales ocurridos en dicho periodo.

#### 3.2. Objetivo secundario

Este caso también busca documentar el feedback tanto entre los diferentes emisores como entre emisores y receptores para:

- Obtener una panorámica detallada acerca de la red de relaciones entre los emisores y comprobar si se generan networks en función de afinidades.
- Conocer con más detalle el posicionamiento de los emisores.

### 4. Metodología

Para llevar a cabo el análisis de los contenidos seleccionados, la herramienta de base ha sido el Análisis Crítico del Discurso –ACD-. El ACD no es sólo una herramienta de análisis que nos ayuda a comprender el contenido del mensaje, sino que también ofrece una contextualización crítica de éste en tanto que tiene en cuenta el contexto de relaciones estructurales de poder y posicionamiento del emisor de dicho mensaje.

Si bien la propuesta original de ACD que se ha utilizado como base para el análisis estaba pensada para aplicarse a discurso escrito y hablado (Van Dijk, 2008, p.85), se ha tomado como referente teórico el texto de Barragán Gómez (2005) donde se pone en práctica el uso del ACD en textos multisemióticos, es decir, compuestos por distintas tipologías de lenguajes más allá del oral y escrito.

Con el fin de cumplir con los objetivos generales y específicos ya descritos, se ha optado por dividir la metodología en dos partes, centrada cada una en distintos aspectos sociales del meme. La primera parte se centra en la naturaleza discursiva del meme y parte de un análisis hecho de una muestra de memes. La segunda parte se centra en los fenómenos sociales que se generan en torno al meme, y para ello se ha dividido la atención a su vez en dos partes: Posicionamiento Explícito y Feedback.

#### 4.1. Análisis Crítico del Discurso en memes

En primer lugar se cuenta con el análisis de una muestra de memes obtenidos de varios perfiles de la red social Instagram. En un principio se pretendía partir de una muestra mayor, incluyendo contenidos obtenidos a su vez de la red social Twitter, pero dadas las diferencias de uso dado por el público entre ambas plataformas se ha optado por recurrir, por el momento, sólo a una de ellas.

Los criterios de selección de cuentas han sido los siguientes:

- Tener más de 1.000 seguidores
- Haber estado activa en el momento de la selección -a 30 de septiembre de 2019-.
- Haber publicado contenidos de carácter político, e identificables como memes, partiendo de la descripción teórica ya expuesta, al menos, en torno a las dos últimas fechas clave del periodo electoral -21/04 y 26/05 de 2019-.

Se obtuvo así una selección de 20 cuentas que cumplían con dichos requisitos. De cada una, se seleccionaron tres memes publicados cada uno, o bien en las fechas que se han considerado clave -2/12/2018, 21/04/2018 y 26/05/2018- o bien en la fecha más cercana a una de éstas. Se ha obtenido un total de 60 memes, cuyo contenido se ha analizado mediante el uso de la ficha que se desglosa y muestra a continuación:

La ficha consta de cuatro variables, a saber: Topics, Discursos, Posicionamiento y Soportes.

-La primera variable, Topics, consiste en la enumeración de los conceptos y temas más frecuentes encontrados en la muestra. Se prestará especial atención a la mención de partidos políticos.

-La segunda variable, Discursos, comprende los dos subcampos o apartados Hegemónico y Contrahegemónico. En este caso se trata de comprobar, mediante un recuento del contenido de cada meme, si los discursos emitidos por las cuentas emisoras de memes cumplen con una función de refuerzo o crítica

ante el actual sistema sociopolítico. Para ello, se ha considerado que hegemónico es todo aquello que se posiciona a favor de las actuales instituciones dependientes del gobierno del Estado Español, y serán consideradas contrahegemónicas aquellas posturas críticas o antagónicas con dichas instituciones. Cabe aclarar que, en este caso, el partido, o los partidos, encargados del gobierno, no son sinónimos de las instituciones del gobierno.

-La tercera variable, Posicionamiento, cumple con una función de contextualización política de los emisores, así como de los tipos de discursos más utilizados. Para ello, se parte de un cuadrante compuesto por dos ejes binarios: el eje Izquierda-Derecha, que posiciona los contenidos a un lado u otro del espectro político en función del emisor; y el eje Afianzamiento-Antagónico, que define la intencionalidad del meme en función de si lo que pretende es afianzar un discurso propio, o generar un antagonismo contra posturas ajenas.

-La cuarta y última variable, Soportes, se centra en el apartado formal de cada meme. Se ha considerado relevante tener esto en cuenta en tanto que el meme es un fenómeno comunicativo que se apoya fuertemente en lo visual, y por tanto es de interés conocer los soportes más utilizados a la hora de transmitir mensajes con una carga ideológica y/o política. En este caso, los soportes se han dividido en seis categorías, a saber: Texto, Imagen estática, GIF animado, Vídeo, Texto + imagen y, para incluir soportes que se puedan salir de lo previsto, se añade una categoría de Otros.

## Ficha ACD

<p><b>1. Topics</b></p>	<p><b>2. Discursos</b></p> <p><b>-Hegemónico</b></p> <p>Total: __/60</p> <p><b>-Contrahegemónico</b></p> <p>Total: __/60</p>
<p><b>3. Posicionamiento</b></p>  <p>El diagrama muestra un cuadrante con un eje horizontal etiquetado como 'izquierda' a la izquierda y 'derecha' a la derecha. El eje vertical está etiquetado como 'afianzamiento' en la parte superior y 'antagónico' en la parte inferior. Las líneas de los ejes se cruzan en el centro del cuadrante.</p>	<p><b>4. Soportes</b></p> <p>-Texto:</p> <p>-Imagen estática:</p> <p>-Gif animado:</p> <p>-Vídeo:</p> <p>-Texto + imagen:</p> <p>-Otros:</p>

Elaboración propia

### 4.2. Análisis del Posicionamiento y Feedback de los actores

En segundo lugar la atención se centra en el Posicionamiento Explícito de cada uno de los perfiles de la muestra, y en el Feedback que existe entre dichos perfiles. Se entiende como explícito porque es el posicionamiento con el que el espectador se encuentra en la primera toma de contacto con el perfil y los contenidos que éste publica.

El Posicionamiento Explícito de cada cuenta se ha analizado mediante la observación de los comentarios y feedback de una publicación aleatoria que tuviese 10 o más comentarios -5 o más en el caso de no encontrarse publicaciones que cumplieren con dicho requisito-, y también de los topics más destacados en la sección de biografía de cada cuenta. Por otro lado, se han tenido en cuenta los follows y followbacks de cada cuenta; de este modo se comprende mejor la red de relaciones y afinidades que hay en función de los contenidos y discursos emitidos. En la ficha de análisis se han definido entonces 5 variables, a saber:

-Temas destacados: los temas o palabras clave destacados en la bio de cada cuenta, así como en los hashtags de las publicaciones que estén directamente relacionados con la temática tratada. Estos sirven para definir los intereses principales de cada cuenta, así como los temas recurrentes de cada posible network. Una vez terminado el análisis, se hará un recuento para medir la frecuencia de aparición de estos temas y dónde son más frecuentes.

-Feedback positivo de comentarios de derecha radical: los comentarios emitidos por el público que interactúa con la cuenta pueden tener un carácter de refuerzo de la idea emitida. Se considerará que la tendencia de la publicación irá en la misma dirección ideológica de estos comentarios si son la tónica general. Se ha optado el uso de la palabra radical para definir las posturas tanto de derechas como de izquierda más ortodoxas y tendentes a un antagonismo hacia ideologías que no cuadren con dicha ortodoxia. En el caso de la derecha radical, las características definitorias de este posicionamiento serían las siguientes: (1) oposición tajante a lo que consideran progresismo, (2) críticas a la multiculturalidad o el diálogo intercultural, (3) reafirmación de ideales nacionalistas, (4) posicionamiento antagónico ante ideologías de izquierda –socialistas, socialdemócratas, comunistas, etc.-. Esta variable, y la siguiente, se responderán con un sí/no.

-Feedback positivo de comentarios de izquierda radical: partiendo del mismo criterio a la hora de definir el significado del concepto radical, se ha optado por definir como izquierda radical a los posicionamientos que cumplan con los siguientes aspectos: (1) discurso ortodoxo, frecuentemente opuesto al revisionismo y a la articulación con estrategias socioeconómicas próximas al libre mercado, (2) uso de imaginaria, discurso o estética vinculados a regímenes políticos de corte socialista, comunista, y próximos a éstos, (3) posicionamiento antagónico –principalmente anticapitalismo y antifascismo- ante ideologías de derecha.

-Posicionamiento: similar al de la ficha anterior. Consta de cinco posibles opciones basadas en un eje derecha-izquierda –basado en los criterios ya descritos- combinado con un eje partidista-no partidista –en función de si se ha observado un apoyo a un determinado partido o agrupación política-. Es decir, los posibles posicionamientos serían: izquierda partidista, izquierda no partidista, derecha partidista, derecha no partidista y, por último, sin definir.

-Seguidores pertenecientes a la muestra: se enumeran los seguidores del perfil que estén incluidos en la muestra con la finalidad de comprobar si existe una red coherente de relaciones en función del contenido que éstos publican.

## 5. Resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos tras el análisis de los contenidos seleccionados, así como de los perfiles e interacciones de los actores pertenecientes a la muestra.

# Ficha ACD

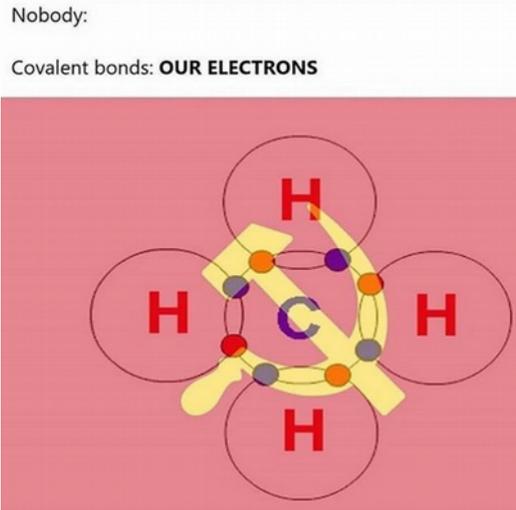
<h2>1. Topics</h2> <p>Vox - .....20          PSOE - .....15          España - .....15          Comunismo - .....14          Podemos - .....8          PP - .....7          Feminismo - .....7          C's/Ciudadanos - .....6          Independentismo - .....6          Franquismo - .....5          Medios de Comunicación - .....5          LGTB - .....4          Más Madrid - .....3          Andalucía - .....3          Religión - .....2          Ideologías de extrema derecha - .2</p>	<h2>2. Discursos</h2> <p><b>-Hegemónico</b></p> <p>Total: <u>10</u>/60</p> <p><b>-Contrahegemónico</b></p> <p>Total: <u>20</u>/60</p>
<h2>3. Posicionamiento</h2> 	<h2>4. Soportes</h2> <p>-Texto: ..... 1          -Imagen estática: .....9          -Gif animado:          -Vídeo: ..... 1          -Texto + imagen: .....49          -Otros:</p>

Figura 1 ficha para el ACD tras ser aplicada a la muestra de memes

### 5.1. Análisis global de la muestra de memes

En primer lugar se observa que el topic más frecuente es Vox, apareciendo en un tercio de las publicaciones seleccionadas. Le siguen de cerca PSOE y España, ambos apareciendo en un 25%. Se ha contado un total de 16 topics que se repiten a lo largo de la muestra, la mitad de éstos haciendo alusión a aspectos de la política institucional. Es evidente, por tanto, la importancia de los intereses partidistas en la muestra. El resto de topics son de naturaleza variada, pero destacan particularmente los de Feminismo, Medios de Comunicación y LGTB, que si bien no se cuentan entre los que aparecen con más frecuencia, parecen ser temas de interés constante por parte de la parte de la muestra que se ha identificado como derechista, la cual percibe estos topics como antagónicos a sus intereses. Otra observación de interés es la escasa mención explícita a Ideologías de extrema derecha y topics relacionados como el Franquismo. El comunismo, en cambio, resulta ser el cuarto topic más frecuente, pero apenas aparece en contenidos relacionados con la política partidista.

**Figura 2 ejemplo de meme con presencia del topic Comunismo sin fines partidistas. Publicado por HR.**



El apartado de discursos muestra que el uso de memes con fines contrahegemónicos es más frecuente que el uso para afianzar la percepción de la hegemonía, ya que los primeros componen un tercio de la muestra -20 publicaciones-, frente a 10. En la mitad restante de la muestra el discurso observado se ha centrado bien en el afianzamiento de las posturas propias o, más frecuentemente, en antagonizar con ideales percibidos como opuestos. Aquellos contenidos que se han observado como afianzadores del statu quo han tenido sobre todo un carácter partidista o crítico con ideologías o movimientos sociales enfocados en el cambio social –como el feminismo o la reivindicación de los derechos LGTBI-.

**Figura 3 el partido político Vox es mostrado en posición antagonica respecto a movimientos sociales, medios e ideologías que percibe como una amenaza para el statu quo hegemónico. Publicado por LEJ.**



En cuanto a posicionamiento, se ha podido discernir un total de 21 memes con un discurso izquierdista, 3 de los cuales cumpliendo una función de afianzamiento del discurso propio y los 18 restantes apoyándose en un discurso antagonizante; y 29 de discurso derechista, de los cuales 4 eran de afianzamiento y 25 con función antagonica. Se ha observado una mayor presencia de contenidos partidistas en los memes de discurso derechista que en los de discurso izquierdista, lo que es un indicador de que los actores de la muestra cercanos ideológicamente a la derecha poseen un interés en la actualidad política institucional que en el apartado teórico o historiográfico.

**Figura 4 publicación de un actor con posicionamiento explícitamente de izquierdas mostrando contenido de corte historiográfico. Publicado por IP**

CUANDO TE PIENSAS QUE LA URSS ES DÉBIL E INOFENSIVA Y TE ACABA DESTRUYENDO



El soporte por excelencia ha sido la combinación Texto + imagen, seguido muy de lejos por la Imagen estática –que aparece un total de 9 veces- y, anecdóticamente, Vídeo y Texto aparecen una vez cada uno respectivamente. Se observa una predominancia de la imagen, la combinación de distintos códigos visuales resulta ser la norma, y para complementar o completar el mensaje, las imágenes suelen ir acompañadas de un texto corto. Cabe destacar que no se han considerado texto el incluido en las imágenes de logos de partidos políticos o cualquier otro texto que formase parte de la imagen original, pero sí el uso de texto superpuesto a la imagen, por corto que fuese.

5.2. Análisis de posicionamiento y feedback

Figura 5 resultados del análisis de posicionamiento y feedback

Código de cuenta	Feedback del público		Posicionamiento	Feedback de los actores de la muestra								
	Feedback positivo de comentarios dcha. Radical	Feedback positivo de comentarios izqda. Radical		Seguidores pertenecientes a la muestra								
UM	No	No	Sin definir	IP	MM	RE						
PM	No	No	Sin definir	EL	RE							
MR	No	No	Sin definir	SR								
RE	No	No	Sin definir	M	IP							
PP	Sí	Sí	Sin definir	PM								
HR	No	Sí	Izquierda NP	EDR	HR	M	MR	IP				
UO	No	No	Izquierda NP	IP								
SOM	No	Sí	Izquierda NP	IP	MM							
IP	No	Sí	Izquierda NP									
MM	No	No	Izquierda NP	MR	UO	M						
MP	Sí	No	Derecha NP	SO		U						
FF	Sí	No	Derecha NP	M	HR	M	RE	EDR	UO	R	M	IP
EL	No	No	Derecha NP	OE	EL							
				LEJ								
					ED							
				OE	R	ME	MP	LEJ				

LYL	Sí	No	Derecha NP	OE	LEJ	NF			
SRM	Sí	No	Derecha NP	LEJ	R				
EDR	Sí	No	Derecha partidista	SR		LE			
NF	Sí	No	Derecha partidista	M	OE	J			
OE	Sí	No	Derecha partidista	SR		LE			
LEJ	Sí	No	Derecha partidista	M	OE	J			
ME	Sí	No	Derecha partidista	EDR	NF	EL	MP	LEJ	
				SR			ED		
				M	OE	NF	R		
					ED			SR	LE
				OE	R	NF	EL	M	J

La primera observación a destacar aquí es que los actores de la muestra han resultado estar agrupados en cuatro bloques iguales en función de su posicionamiento. Los actores del primer bloque no muestran un posicionamiento político definido, y el feedback del público recibido en sus respectivas publicaciones ha resultado inconcluyente: en 4 de 5 casos no se han observado comentarios de derecha o izquierda radical, y en el restante se han encontrado ambos tipos de comentarios. En cuanto a feedback por parte de los actores pertenecientes a la muestra, es el bloque más variado, encontrándose presencia de actores de todos los bloques.

**Figura 6 ejemplo de meme con contenido político pero sin posicionamiento explícito. Publicado por PM (instagram.com/politicalmoods).**



El segundo bloque está conformado por cuentas que han mostrado un posicionamiento de izquierdas no partidista. No se ha observado por parte del público un feedback positivo de derecha radical, pero sí de izquierda radical en 3 de 5 casos. En cuanto a feedback de otros bloques, es el segundo grupo más variado, contando con presencia de tres bloques.

El tercer bloque muestra un posicionamiento de derecha no partidista, y en 4 de 5 casos se ha encontrado un feedback del público positivo en forma de comentarios de derecha radical. En cuanto a feedback, los actores del grupo son poco activos entre sí, observándose sólo dos casos de seguimiento dentro del bloque; el grueso de la actividad la reciben por parte del cuarto bloque. No hay presencia de feedback por parte de actores del primer y segundo bloque.

En el cuarto bloque el posicionamiento de las cuentas es de derecha partidista. En todos los casos, se ha encontrado feedback positivo por parte del público en forma de comentarios de derecha radical. En cuanto a feedback de actores, se encuentran 3 de 5 actores del bloque de derecha no partidista, que suponen un tercio de los seguimientos presentes en el bloque.

Como actores individuales resultan destacables las cuentas cuyos nombres se han codificado como PP, MM, EL, EDR y ME. La cuenta PP, del grupo de posicionamiento sin definir, además de contar con feedback positivo del público tanto de derecha radical como de izquierda radical, posee seguidores que pertenecen a todos los bloques a excepción del de derecha no partidista. Tampoco sigue a ninguna de las cuentas de la muestra.

El actor cuyo código de cuenta es MM es seguido por todas las cuentas de su bloque –el de izquierda no partidista-, además de tres del bloque sin definir y una del bloque de derecha partidista. A su vez, sigue a tres cuentas de su propio bloque y dos del bloque sin definir. Esto le convierte en uno de las cuentas más activas, y de mayor relevancia, de toda la muestra.

El siguiente actor de interés es la cuenta EL, única cuenta de derecha no partidista que no ha recibido feedback positivo en la forma de comentarios de derecha radical. También es la que más feedback recibe en su bloque, con 4 seguidores pertenecientes al bloque de derecha partidista y un seguidor de su propio bloque. En cuanto a feedback emitido por esta cuenta, se halla presente en el bloque de cuentas con posicionamiento sin definir, en el suyo propio, y en el bloque de cuentas de derecha partidista.

Si bien EDR, del sector de derecha partidista, no es la cuenta que recibe más feedback por parte del resto de actores, resulta de interés por ejercer de nexo con el resto de bloques, ya que se encuentra presente como seguidor en todos, siguiendo a MM en el bloque de izquierda no partidista y a PP en el bloque de cuentas con posicionamiento sin definir.

La última cuenta a destacar como actor individual es ME, seguida por el resto de cuentas de su bloque y dos del bloque de derecha no partidista. También resulta bastante interesante que a la única cuenta que le proporciona feedback es a EL, la destacada del bloque de derecha no partidista.

**Figura 7 detalles del feedback por grupos**

Extrabloque	Intrabloque	Externas	Total bloque	Total global
5	4	9	13	18
6	12	6	18	24
9	2	11	13	22
13	14	7	21	34

Para finalizar el análisis de los actores por bloques, se muestran los siguientes datos de interacciones/feedback. Las interacciones se han categorizado en feedback Extrabloque –interacciones fuera del bloque propio-, Intrabloque –dentro del bloque propio-, y Externas –de actores externos dentro del bloque propio-. Por último se han contabilizado el número total de acciones dentro del propio bloque –Total bloque- y el Total global de interacciones relacionadas con cada uno de los bloques. Esta tabla sirve para complementar los datos expuestos en la anterior.

El bloque de cuentas con posicionamiento sin definir resulta ser el menos activo en términos globales. Tiene el total global más bajo, pero empata con el bloque de derecha no partidista en la categoría Total bloque. Contrastando esto con los datos previos, este bloque resulta el menos activo y menos definido en lo que al aspecto de contenido y posicionamiento político respecta. No obstante, es el bloque que parece suscitar mayor interés, ya que entre sus interacciones externas se encuentran representantes de los demás bloques.

**Figura 8 a pesar del posicionamiento no definido, se observa una intención crítica en los contenidos, que atrae la atención de actores pertenecientes a todos los bloques. Publicado por RE ([instagram.com/rompiendo\\_espana](https://www.instagram.com/rompiendo_espana))**



El bloque de cuentas de izquierda no partidista es el segundo más activo después del bloque de derecha partidista. El grueso de su actividad de feedback –un 50%- es Intrabloque, lo que hace de este un bloque bastante cohesionado.

El bloque de cuentas de derecha no partidista resulta ser probablemente el menos cohesionado de todos, ya que sólo cuenta con dos interacciones Intrabloque que resultan en una reciprocidad de seguimiento. El resto de seguimientos que se dan en este bloque –un total de 11 interacciones- se dan por parte del bloque de derecha partidista, que parece estar fagocitando a este bloque.

El más activo de los cuatro bloques –derecha partidista- posee una actividad Intrabloque y Extrabloque bastante equilibrada, aunque centra la mayor parte de su actividad Extrabloque en el de derecha no partidista. Proporcionalmente posee el mismo feedback interno que en el de izquierda no partidista, pero las cifras son mayores. Además, la cercanía ideológica y fuerte presencia respecto al bloque de derecha no partidista, hacen de este último bloque el más consolidado de todos.

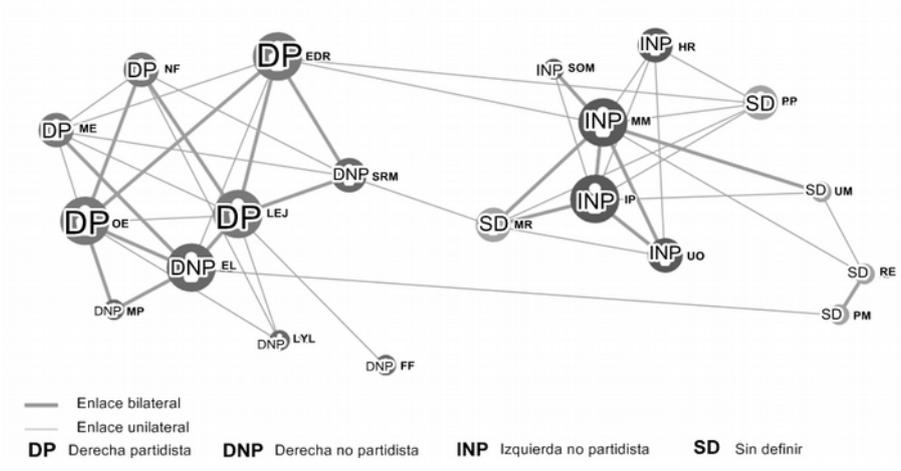
**Figura 9 temas destacados más frecuentes y posicionamientos relacionados**

Temas Destacados	Frecuencia aparición	de Posicionamiento emisoras
Vox	6	Derecha
España	6	Derecha
Bandera España	de 4	Derecha
Política	3	Sin definir/ambos
PP	3	Derecha
Ciudadanos	3	Derecha
PSOE	3	Derecha
Estrella Socialista	3	Izquierda
Feminismo	3	Derecha
Podemos	2	Derecha
Rana Pepe	2	Sin definir/ambos
Hoz y Martillo	2	Izquierda
Izquierda	2	Sin definir/ambos
Conceptos antifeministas	2	Derecha
Progres	2	Derecha
Españaviva	2	Derecha

Unidad de España	2	Derecha
(Santiago) Abascal	2	Derecha
Facha	2	Derecha
Patriota	2	Derecha

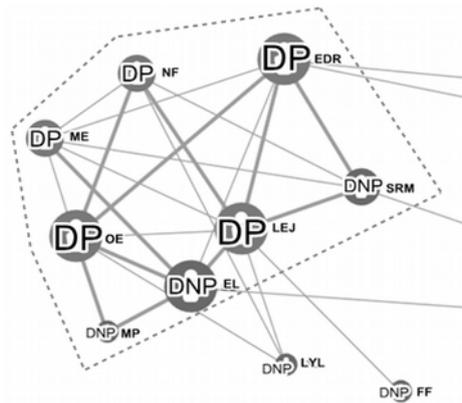
En la tabla mostrada arriba se observa cómo la mayor parte de temas que se han repetido en algún momento a lo largo del análisis pertenecen a cuentas posicionadas ideológicamente en la derecha. De manera similar a los topics de la muestra de memes analizada en la primera parte de este trabajo, los temas más frecuentes están relacionados con la política institucional, y el que aparece de modo explícito en más ocasiones es Vox. El segundo tema más frecuente es España, que aparece a secas un total de 6 veces; no se han contabilizado como sinónimos de éste a otras variantes que pudieran tener otras implicaciones, como han sido las apariciones de banderas de España -4 veces-, o los temas Españaviva y Unidad de España, que han aparecido 2 veces respectivamente. Es bastante evidente que hay un fuerte carácter nacionalista en estos perfiles.

**Figura 10 visualización de la red de relaciones de los distintos actores de la muestra**



El diagrama de redes mostrado en la figura 5 ilustra cómo todos los actores de la muestra se encuentran en una misma red. En dicha red se observan dos subredes -networks- definidas y una serie de actores periféricos a éstas. El posicionamiento resulta ser un factor clave en la definición de estas networks.

De estas dos networks, la más definida es la que engloba a la mayor parte de cuentas con un posicionamiento de derechas, a la que a partir de ahora se referirá como N1; en el caso de la segunda network, el código para denominarla será N2. Los criterios para definir los límites de cada network han sido (1) que existan enlaces bilaterales y (2) en caso de que no existan enlaces bilaterales en un actor/nodo, que éste sea receptor y emisor de feedback por parte de otros nodos de la red. Aquellos actores cuyos enlaces sean en su totalidad conexiones no reciprocadas se han considerado ajenos a las redes que orbitan.

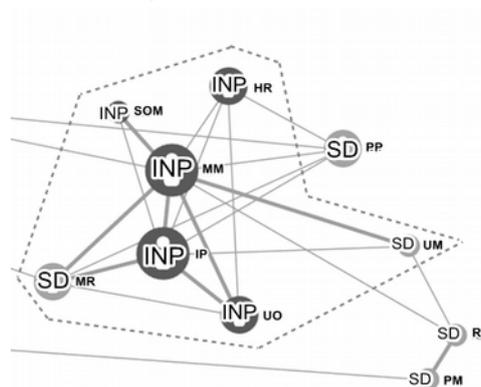
**Figura 11 network N1**

En N1 se aprecia una alta densidad de conexiones internas, siendo la mayoría enlaces bilaterales, y el grueso de enlaces unilaterales dirigiéndose hacia el nodo ME que, por su posición, parece ser de mayor importancia dentro de una red más amplia que englobaría esta.

El nodo con mayor cantidad de enlaces es LEJ, con un total de 8, de los cuales 4 son unilaterales y 4 bilaterales; esto lo convierte en el nodo central de esta red. LEJ posee conexión no reciprocada con los nodos orbitantes a la red LYL y FF. También posee conexión recíproca –enlaces bilaterales– con los nodos EL, SRM y EDR, que a su vez son las vías de conexión a la network N2 vía los nodos SRM y EDR, y al nodo PM, orbitante de N2, vía EL.

El bloque predominante en tanto que contenidos es el de derecha partidista, los nodos de N1 pertenecientes al bloque de derecha no partidista se pueden considerar complementarios o de refuerzo, ya que al menos dos sirven de enlace con nodos no aislados del exterior de esta network.

Los nodos LYL y FF se encuentran en la órbita de N1 de forma pasiva, es decir, que por sí solos estos actores no proporcionan feedback a ninguno de los nodos de N1 que mantienen conexión con éstos. Esta situación particular los convierte en dos de los tres nodos autoaislados de la red, el tercero -PP-, se encuentra en la órbita de N2.

**Figura 12 network N2**

Las conexiones entre los actores que conforman N2 no resultan tan densas como en el caso de N1. N2 posee un nodo menos que N1 –en este caso sólo hay 7 nodos–, y los enlaces bilaterales no están presentes en todos los casos; el nodo HR da y recibe feedback, pero en ningún momento se reciproca dicho feedback.

El nodo central, MM, mantiene conexión con los otros 6 nodos de N2, y fuera de N2 se conecta con el nodo autoaislado PP –del que no recibe feedback–, con RE –al que no proporciona feedback–, y con EDR, perteneciente a N1. De 9 enlaces que tiene MM, 5 son bilaterales y 4 son unilaterales, saliéndose 3 de ellos de N2.

De manera similar a N1, en este bloque la actividad se centra en los actores pertenecientes a un bloque concreto, en este caso el de izquierda no partidista. Al igual que en N1, todos los actores de este bloque se

encuentran dentro de los límites de la network. Hay presencia también de dos actores pertenecientes al bloque sin definir que se encuentran integrados de forma bastante desigual: mientras UM sólo mantiene 2 conexiones dentro de N2, cuenta con 4.

En la órbita de N2 se encuentran 3 nodos, todos del bloque sin definir. PP, a pesar de recibir 4 interacciones desde N2, no reciproca el feedback. RE y PM parecen ser la conexión con una network más amplia; ambos mantienen un enlace bilateral y, a pesar de no estar en ninguna de las dos networks, sí reciben atención de éstas. PM no proporciona ni recibe ningún feedback de N2, pero sí lo recibe del nodo de N1 correspondiente al actor EL, perteneciente al bloque de derecha no partidista, aunque esta interacción no es reciprocada por PM. De los 3 enlaces que mantiene RE, sólo uno es bilateral.

## 6. Conclusiones y observaciones

En la primera parte del presente trabajo se analizó una muestra compuesta por 60 publicaciones emitidas por un total de 20 perfiles de la red social Instagram. En un principio la muestra iba a incluir también contenidos emitidos desde la red social Twitter, pero las diferencias observadas en las formas de feedback entre el público y entre los actores hacían inviable llevar a cabo un trabajo tan amplio con las herramientas y medios de los que se ha dispuesto.

La presencia de contenido e intencionalidad política en el grueso de publicaciones es innegable. En la primera parte se contabilizan 50 memes en los que se muestra un mensaje político explícitamente posicionado. De estos 50, sólo 7 poseen un contenido exclusivamente afianzador del discurso propio; la tónica general es la de antagonizar con ideas y discursos que los emisores perciben como contrarios al propio.

Entre las temáticas destacadas predomina el apartado político y hay una importante presencia de cuestiones directamente relacionadas con la política partidista. Tanto en los Topics de la ficha ACD como en los Temas Destacados del análisis del posicionamiento se ha visto que los emisores que muestran una mayor preocupación por la política partidista e institucional son aquellos cuyo posicionamiento se ha definido como de derechas.

Los discursos contrahegemónicos y hegemónicos se encuentran presentes en la muestra, doblando su presencia los primeros frente a los segundos. No obstante, si bien se han encontrado mensajes contrahegemónicos en un tercio de los memes analizados, el que los 40 restantes o bien no desafíen la hegemonía o bien directamente la apoyen, prueban que el meme en sí no es un elemento de subversión ante las estructuras de poder; a pesar de que los emisores sean parte de la ciudadanía, el uso –subversivo o no– que se le dé al meme dependerá en buena parte del posicionamiento ideológico del actor y de las redes con las que interactúe.

En cuanto al contexto sociopolítico específico al que pertenecen las muestras, lo más destacado es que Vox ha sido el tema con mayor protagonismo. Aquellos actores que han mostrado un posicionamiento explícitamente derechista o bien se muestran también explícitamente partidarios de Vox, o bien forman parte de la misma network que los primeros y les sirven de apoyo. De toda la muestra, sólo dos actores parecen no estar totalmente alineados con el resto de actores de derechas. El resto de representaciones de otros partidos políticos, ya sea mediante menciones directas al propio partido o a políticos pertenecientes a los mismos, han resultado tener un tono crítico o neutral.

Existe una fuerte cohesión en la comunidad de emisores de contenido en forma de meme que se alinean en la derecha del espectro político. No ocurre tanto lo mismo entre los emisores de izquierdas los cuales, a pesar de mostrar cohesión entre sí, no cuentan con una network tan densa como los primeros.

## Ficha ACD

<b>1. Topics</b>	<b>2. Discursos</b> <b>-Hegemónico</b>  Total: __/60 <b>-Contrahegemónico</b>  Total: __/60
<b>3. Posicionamiento</b>  	<b>4. Soportes</b> -Texto: -Imagen estática: -Gif animado: -Vídeo: -Texto + imagen: -Otros:

Se ha probado que todos los actores se encontraban relacionados entre sí al formar parte de una misma red, que a su vez ha estado compuesta por dos subredes a las que orbitaban algunos actores cuya posición dentro de este entramado no ha podido quedar definida del todo dado el tamaño de la muestra. Sería de especial interés ampliar la presente investigación con una muestra de actores más amplia y variada, que daría una mayor visión de conjunto y mostraría cómo otras subredes articuladas en función de otros intereses interactúan con éstas ya observadas.

## 7. Referencias

- Barragán Gómez, R. (2005). Análisis crítico del discurso en textos multisemióticos. En *Colombia Lenguaje*, 33 (1), (pp. 361-377).
- C. Wooley, S. & N. Howard, P. (Eds.) (2019). *Computational Propaganda. Political Parties, Politician and Political Manipulation on Social Media*. New York: Oxford University Press.
- Candón Mena, J. y Sierra Caballero F. (2017) Ciudadanía, internet y comportamiento político: La irrupción de los nativos digitales en el sistema político español. En *XV Congreso Ibero-Americano de Comunicação IBERCOM 2017. Comunicação, diversidade e tolerância* (897-923), Lisboa: FCH-UCP.
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- EFE (30/04/2019). El fantasma Gaysper, de meme antigay de Vox a icono LGTBI. *Lavanguardia.com*
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Martínez-Pais, S. (2018). Reproducción de pensamiento y cosmovisiones en la web 2.0: el caso del meme en Andalucía. En Muñoz Fernández, N., Oliveira J. S. y Ortega Pérez A. M. (Coords.), *Aportación interdisciplinar a los retos de la comunicación y la cultura en el Siglo XXI* (pp. 181-204) Ediciones Egregius.
- Shifman, L. (2011). An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society* 14 (2) (pp. 187-203)
- Torrado Morales, S.; San Nicolás Romera, C.; Gómez Baceiredo, B. (2011) Mentiras desbocadas, medios de comunicación, Internet y marketing viral. En *Vivat Academia*. nº 115. Junio 2011.

- Tremending (0710/2019). ¿Es un pájaro? ¿Un avión? Son los memes imaginando cómo sería sacar los restos de Franco del Valle de los Caídos por aire. Publico.es
- Van Dijk, T. A., (2008). *Discourse and Power*. New York: Palgrave Macmillan.
- Van Dijk, T. A., (2016). Analisis critico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, pp.203-222.
- Zapata Hincapié, D. F., (2014). La influencia de la sociedad en red en la reconfiguración del poder en los Estados contemporáneos. En *Analecta política* (Vol. 5, N°. 7) (pp. 391-409) Medellín, Colombia.



**ESFERAS PÚBLICAS DIGITALES Y SU RELACIÓN CON LA OPINIÓN PÚBLICA. INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPANTE EN EL CASO DE #CARAVANAMIGRANTE<sup>25</sup>**

*DIGITAL PUBLIC SPHERES AND THEIR RELATION TO PUBLIC OPINION. INVESTIGATION PARTICIPATING ACTION IN THE CASE OF #CARAVANAMIGRANTE*

**Lugo Sánchez, Luis Josué**

Universidad Nacional Autónoma de México

josuelugo\_@hotmail.com

**Resumen:** La presente investigación expone cómo la esfera pública digital de #CaravanaMigrante tema puede trascender hacia la opinión y agenda pública; detallando sus componentes tecnológicos, políticos, culturales y discursivos, en una lógica de investigación acción participante. Por lo que proponemos que a partir de la etnografía digital y un método mixto que engloba análisis de redes, grupo de discusión digital y observación a sus participantes (unidad de análisis), se genere una intervención junto a estudiantes de la FCPyS (UNAM). Se considera que, en tiempos de rupturas en cuanto identidades, nacionalismos, desafecciones políticas e incluso metodologías académicas; la investigación acción participante representa un puente importante para la comprensión de fenómenos emergentes como el que caracteriza a la presente pesquisa.

**Palabras clave:** esfera pública digital, micro acciones políticas, agenda pública, caravana migrante, etnografía digital.

*Abstract: This research exposes how the #CaravanaMigrante digital public sphere can transcend public opinion and agenda; detailing its technological, political, cultural and discursive components, in a participant action research logic. Therefore, we propose that based on digital ethnography and a mixed method that includes network analysis, digital discussion group and observation of its participants (unit of analysis), an intervention be generated together with students from the FCPyS (UNAM). It is considered that, in times of ruptures regarding identities, nationalisms, political disaffections and even academic methodologies; Participatory action research represents an important bridge for understanding emerging phenomena such as the one that characterizes the present research.*

*Key words: digital public sphere, political micro actions, public diary, migrant caravan, digital ethnography*

---

<sup>25</sup> Agradezco a Jesús Vega por su apoyo en la revisión y ejecución de la estrategia que el presente artículo presenta.

## 1. Planteamiento del problema

#CaravanaMigrante es un fenómeno que apareció entre la opinión y agenda pública en octubre de 2018, sobre todo porque la retomaron dentro de sus discursos personajes como el presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, e incluso el también presidente de México, López Obrador. Aunque aclaramos que anterior a esta manifestación han existido, por ejemplo, los Vía crucis migrantes.

Sumado a que además en #CaravanaMigrante varios migrantes entraron a través de caravanas por la frontera de México para arribar a Estados Unidos. Situación que diversas organizaciones internacionales han calificado como de “crisis humanitaria”, pues estos migrantes en su mayoría huyen de sus países por el crimen organizado, así como por las condiciones de pobreza extrema.

Ante tal situación, Estados Unidos ha mantenido una postura de cero tolerancia a la entrada de dichos migrantes, lo que ha generado situaciones graves, como la muerte y secuestro de personas que desean cruzar, e imágenes que han causado impacto entre la opinión pública (como la del niño muerto junto a su papá en el Río Bravo). Basta aducir que: “De acuerdo con cifras de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), más de 22 000 migrantes fueron secuestrados y extorsionados en un periodo de doce meses entre 2009 y 2010”. (Aikin y Anaya, 2013, p. 144)

De la misma manera, Aikin y Anaya (2013) sitúan que en estos procesos intervienen organismos internacionales, asociaciones civiles, grupos religiosos de apoyo a migrantes y los propios migrantes. Cada uno de estos grupos colaboran para visibilizar el tema entre sus entornos locales, o en cabildos políticos o recomendaciones que coadyuven a generar mecanismos de apoyo para quienes deseen cruzar, o incluso para generar estrategias de búsqueda para migrantes secuestrados o desaparecidos.

Empero, en la búsqueda que hemos hecho sobre el estudio de migración, hay pocas pesquisas sobre este tema en el mundo de lo digital, por lo que se antoja como importante su estudio, toda vez que su presencia en dicho entorno podría ayudar a su visibilización como un problema de las democracias occidentales que conviene resolver entre marcos de política transaccionales. “Cabe señalar que no es desdeñable el uso de las redes sociales en este tipo de acciones de protesta, dado que son canales en los que se puede difundir información, incluso en medio de episodios contenciosos” (Vargas, 2018, p. 2).

En este sentido, la presente investigación presentará una intervención que se hizo junto a estudiantes de la FCPyS, quienes en el marco de la clase de organizaciones públicas, estudiaron el tema de esferas transaccionales, y una vez que investigaron sobre #CaravanaMigrante, coadyuvaron a generar mensajes que visibilizara dicha esfera entre los marcos diaspóricos digitales.

Mencionamos que esto es una de las etapas de la investigación, que además está trabajando con *tick data*, inmersión profunda derivado de la etnografía digital y trabajo multisituado con sociedad civil que trabaja el tema de #CaravanaMigrante.

## 2. Marco teórico

En el presente proyecto de investigación, el cual presenta un avance de la tesis que estamos desarrollando en Doctorado, decidimos cavilar respecto a *Capitalismo Cognitivo, sociedades informacionales y brechas* -para dedicar una reflexión especial a la brecha de participación- como grandes contextos en los cuales se desenvuelven las esferas públicas digitales.

Al final el capitalismo cognitivo (Sierra, 2016) implica también marcos decisionales, relacionales, afectivos y bio políticos, los cuales son una fundamentación teórica a la constitución de esferas públicas digitales, y por consecuencia del caso propuesto para la presente tesis: #CaravanaMigrante.

Ahora bien, sostenemos que uno de los puntos fundamentales del Capitalismo Cognitivo es la desigualdad existente, remarcado en naciones de periferia como México. En este aspecto, podemos hablar de brechas de acceso, uso y apropiación (Crovi, 2009), y aún más, también de brechas de participación (Norris, 2001).

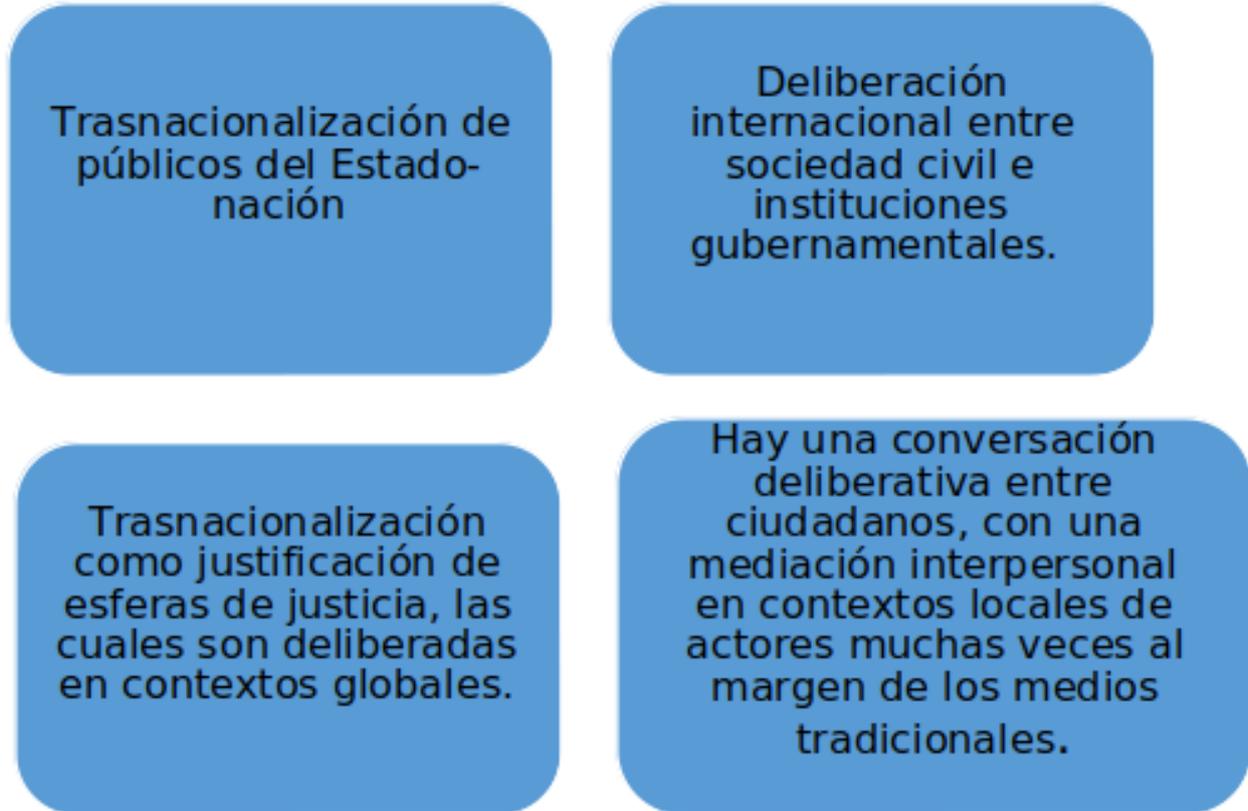
Aclaramos que parece sustantivo brindar dicho contexto, porque si no hay un entendimiento de la brecha de participación (adscripción a nuevas lógicas de productividad –y disrupción- enmarcadas en el Capitalismo cognitivo y una Sociedad Informacional), no se entenderán los móviles que determinan/condicionan el que sujetos y grupos deseen formar parte de la vida pública; y con ello puedan hacer resonar su voz y discurso a través de acciones multicapa (digitales y análogas).

Después es importante definir y entender a la esfera pública; para ello utilizamos a tres autoras (para darle un sustento desde las Ciencias Sociales). Hablamos de Hannah Arendt, para luego complementarla con María Pía e Ingrid Volkmer, quienes hablan de dicho tópico en tiempos digitales, mediante sus caracterizaciones diaspóricas y transaccionales respectivamente. Con esto entendemos que los sujetos forman parte de lo

público a través de sus discursos, los cuales se pueden convertir en acciones para lograr su trascendencia al “volver a nacer”, pero ahora su carácter público.

Al tiempo que esta participación en “lo público”, no se puede entender solamente en el marco de lo local, sino también su intersección con lo nacional y global; lo cual configura diásporas en las cuales se pueden generar redes de esperanza, terror o incertidumbre (Pía, 2003).

**Figura 1. Principales características de esferas públicas transaccionales.**



*Elaboración propia, con información de Volkmer (2015, p. 101)*

Esto nos permitirá pasar del contexto comunicativo a la dimensión social, para explicar cómo después de atravesar la brecha de participación, un tema logra entrar dentro del espacio público, convirtiéndose en una esfera que puede propagarse local, nacional e incluso globalmente, propiciando redes de solidaridad o la animadversión afectiva de varias personas unidas por un mismo fin.

Esto lleva a problematizar cómo estas esferas públicas diaspóricas, -las cuales se constituyen por temas específicos, coincidiendo en metas, trayectos y afectos-, también pueden convertirse en transaccionales (Volkmer, 2015), lo que en determinadas circunstancias puede dar voz a sectores “contra hegemónicos” para visibilizarlos hasta poder arribar a la opinión pública.

Sirva este contexto para pensar que estos marcos teóricos, además de explorarles en su lógica epistemológica, los llevamos a la lógica de la investigación acción participante mediante una intervención con estudiantes de la FCPyS, para que mediante el modelo de *bottom up* en la Opinión Pública se logre posicionar un tema en la agenda mediática. Proceso que nos parece fundamental de entender, discutir y problematizar, toda vez que en el impacto efectivo de la esfera pública digital se disputan sentidos sociales, discursos dominantes, significados culturales y prácticas.

Esto, ha implicado un reto teórico-metodológico, que nos invitó a buscar alguna categoría que pudiera explicar cómo dentro de las esferas públicas existen diversas posiciones, lo que nos llevó a hallar que dentro de estas esferas subyacen campos políticos (Retamozo, 2006); los cuales implican relaciones intersubjetivas, contingentes y con la posibilidad de que en determinadas coyunturas se posibiliten acuerdos, ya sea racionales o afectivos.

Con ello, entendimos que #CaravanaMigrante es un campo de la esfera pública digital proveniente de migración latinoamericana; y como tal tiene actores que disputan su hegemonía, así como eventuales acuerdos y sobre todo, distintos mensajes que se intersectan día a día en diversas plataformas digitales, así como en el trabajo de los participantes involucrados.

En dicho proceso, algunos actores conforman micro redes que son las preponderantes, otras que se subordinan, algunos se aíslan, y por supuesto, por distintos motivos, otros tantos quedan al margen de dichos campos y esferas al no poder superar la brecha de participación.

En nuestro caso, formaríamos parte de este campo político junto a los estudiantes con los cuales se dio la intervención; en tanto se disputó el terreno político, sobrepasando la “brecha de participación”, para convertirnos en una de las redes centrales, con lo cual además se difundieron mensajes que coadyuvaron a conformar ecosistemas comunicativos con información sustentada.

Por lo que en la correlación entre nuestro marco teórico y metodología, buscamos comprobar las razones que permiten la organización, configuración y trascendencia de las esferas públicas digitales y sus campos; durante la negociación de diversos actores y grupos para configurarlas, visibilizarlas o silenciarlas, hasta observarlas como simples brotes coyunturales (las cuales desaparecerán), o acciones que pueden sostenerse entre tiempos y espacios determinados.

En nuestro caso, como se detallará más adelante conseguimos posicionar la esfera, pero poco a poco su efecto se fue diluyendo, lo que al mismo tiempo, invita a que pensemos en los posibles marcos de organización y acción.

Ahora bien, desde la parte teórica conviene reflexionar sobre la posible trascendencia que pueden tener las esferas públicas digitales; esto es, en su arribo a la opinión y agenda pública. Para lo cual, conviene considerar la caracterización que hace el politólogo Giovanni Sartori (1993) respecto a la opinión pública, como el espacio en el cual las esferas publicas digitales y sus campos pueden impactar.

En este sentido, Sartori (1993) enuncia la pirámide de Dutch en donde las élites políticas y económicas configuran mensajes que van de arriba hacia abajo (en forma de cascada) con fines de llegar a las bases sociales, y contando con una intermediación de grupos de referencia. Al tiempo que también existe un proceso inverso, es decir, de la base social a las élites – punto que nos resulta muy fundamental de explorar- el cual es denominado como “opinión pública de borboteo”, y que consideramos, encuentra su exponenciación con el escenario de las plataformas digitales.

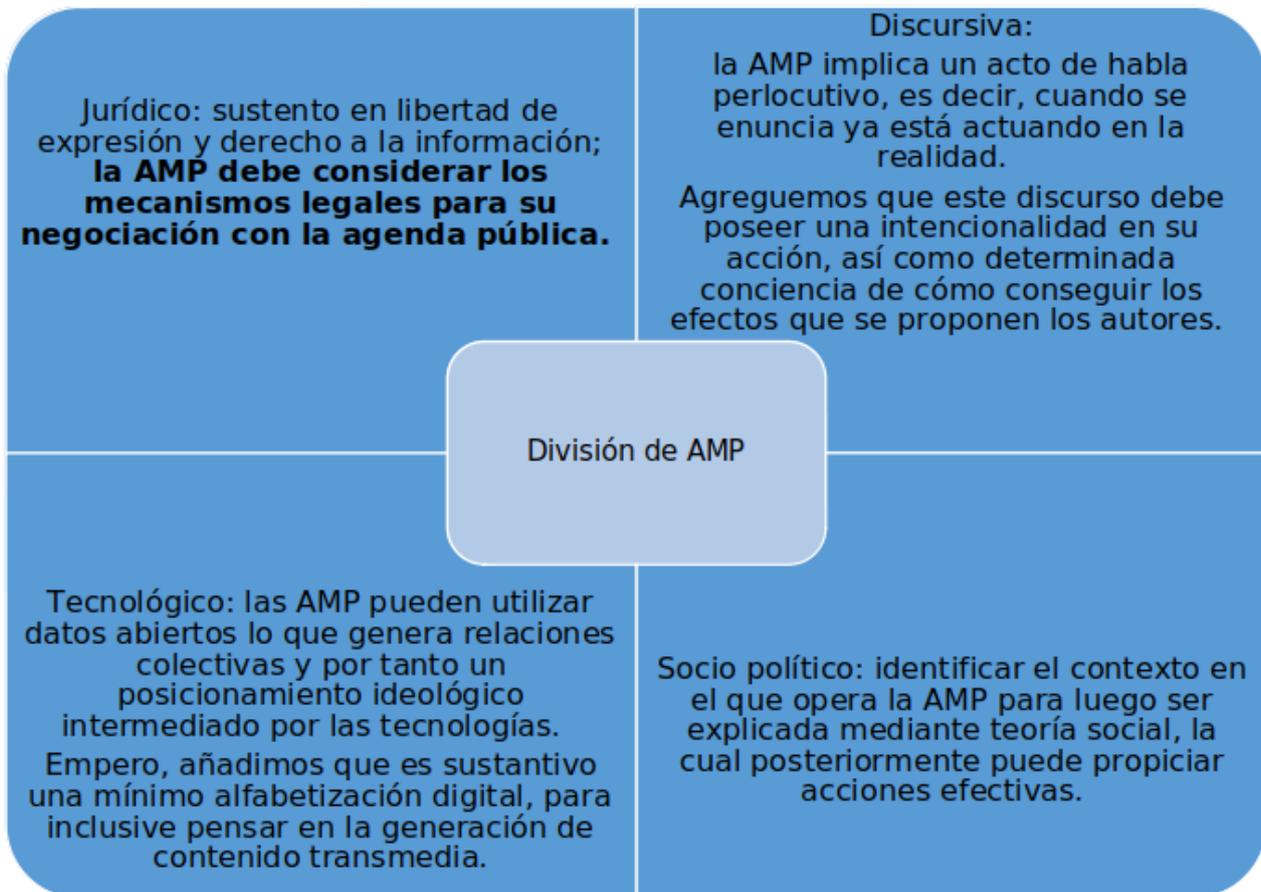
Después de todo cabe recordar el proceso que nos interesa, esto es, cómo una EPD en su carácter transaccional y diaspórico, posee campos que bajo determinadas condiciones podría llegar a la opinión y agenda pública. Ahora bien, sostenemos que esa opinión pública puede poseer una mayor resonancia, en caso –claro está- de que la esfera se posicione en la agenda pública, toda vez que se auxilie de acciones micropolíticas.

Por ello establecemos, siguiendo el planteamiento del filósofo y jurista Javier De la Cueva (2015), que en tanto la participación de las personas en las EPD sean estratégicas y por tanto contengan una dimensión: tecnológica, lingüística, política y social (aclaramos que la dimensión político social es una de nuestras aportaciones al concepto original, pues en su acepción primigenia no existía); tendrán más posibilidades de provocar movilidad política y por tanto posicionamiento en la vida pública de instituciones, las cuales en algunos casos, habrán de atenderse.

Aunque, hay diferencias entre plantear una categoría en lo que debería ser y otra en lo que realmente es. En consecuencia, estas acciones micropolíticas dentro del campo explorado en #CaravanaMigrante observamos que son *ideal tipos*, los cuales a veces poseen todas las características y otras ninguna. Y es que, como se detallará en la estrategia metodológica, dichas acciones micro políticas fueron trabajadas con los estudiantes de la intervención, pues contrario a lo que muchas visiones tecnodeterministas pueden sostener, implican ciertas habilidades que era importante tejer junto a nuestros sujetos intervinientes.

Advertimos que las instituciones no son el único fin de las esferas públicas transaccionales y las AMP, pues algunas ni siquiera se proponen llegar a éstas debido a su carácter alternativo o ideológico. En este sentido nos parece del todo respetable tales posiciones paradigmáticas, pero al presente proyecto le genera especial interés como las EPD pueden o no negociar con la Opinión y agendas públicas, explorando sus repercusiones socio culturales. En tanto, a continuación ofrecemos una caracterización de las acciones micro políticas con algunas reflexiones propias, incluida nuestra incorporación del contexto socio político.

Figura 2. División de acciones micropolíticas.



Con información de De la Cueva (2005) e incorporación de reflexiones propias. Elaboración propia

Empero, en esa ruta que trazamos de la agenda pública, destacamos que al posicionarse como un problema público que requiere la atención de instituciones y por consecuencia su negociación con los actores involucrados (medios de comunicación, sociedad, movimientos sociales, asociaciones, etc), existe la probabilidad de que algunas demandas se conviertan en temas de *agenda setting*, movilizaciones en las calles, e incluso políticas locales o sociales que atiendan a grupos vulnerables.

### 3. Metodología

En principio, se menciona que partimos de la investigación acción participante con un apoyo en la etnometodología. En este sentido, la investigación acción participativa (IAP) ha sido conceptualizada como “un proceso por el cual miembros de un grupo o una comunidad oprimida, colectan y analizan información, y actúan sobre sus problemas con el propósito de encontrarles soluciones y promover transformaciones políticas y sociales” (Selener, 1997: p. 17).

Al tiempo que la etnometodología de acuerdo con Garfinkel (1967) implica “el conocimiento que un miembro tiene de sus asuntos corrientes, de sus propias iniciativas organizadas, donde tal conocimiento es considerado por nosotros como parte del escenario que también hace observable” (1974, p. 17). Lo cual nosotros llevamos al terreno digital con el apoyo de la etnografía digital (Hine, 2015).

Así, en principio hicimos un análisis de actores que intervienen en #CaravanaMigrante, con lo cual obtuvimos que participan: periodistas, fotoperiodistas, activistas, miembros de organizaciones de la sociedad civil, actores políticos y nacionalistas anti migrantes. Esto lo realizamos con análisis de redes mediante el programa Hoaxy.

Una vez cartografiado el escenario con sus principales actores, se procedió a una etapa participativa para ocupar el lugar de *experiencer*. Así, Wastrom (2004) usa el término de experiencia participativa, en lugar de observación participante (*experiencer*), lo cual convierte al investigador en un participante activo del grupo que está estudiando, lo que también permite la observación de “los otros”.

Con esto, pasamos de una observación *lurking research* (Cora, 2009) -la cual algunas veces implica una presencia indetectable y en otras es visible, pero no en la identidad real-, a una de carácter participativa.

Inclusive, una vez más, Pink (2014) apoya la posibilidad de que el propio investigador participe. No sólo de forma directa, sino también interactuando y creando. Enfatizamos esta idea, pues como mencionamos previamente decidimos ser *experiencers* en la etnografía digital, lo cual otros tantos académicos ya lo han hecho alrededor del orbe glocal.

Si bien, partimos de *lurking research* para la identificación de grupos y actores clave, poco a poco la investigación, voluntaria e involuntariamente, nos fue incorporando en su dinámica de red. En tanto, pensemos que con el sólo hecho de ingresar a #CaravanaMigrante, ya formábamos parte del algoritmo de dicha esfera, lo que “a posteriori” decidimos hacer de forma consciente, o en términos etnográficos, siendo *experiencers* del campo seleccionado.

Otro punto que se marca mucho es la experiencia y la experiencia de la práctica. En este sentido, Internet está siendo transformado por un modelo de *buttum up*, en el cual la participación popular ha sido un punto nodal. Sentido en el que el papel del etnógrafo, según Pink (2014) recula en explorar cómo y dónde las prácticas de los usuarios aparecen y posteriormente son compartidas por diversos usuarios.

Con ello, se entiende que ser *experiencer* al mismo tiempo supone estar inmerso en la experiencia de la práctica para estar y compartir prácticas de usuarios. En este sentido, llama mi atención el paralelismo entre la idea del *buttum up* y el modelo de borboteo del cual hacemos uso en la presente investigación, en el cual los mensajes de grupos ciudadanos y sociales parten de la base social, con la posibilidad de una ulterior negociación con élites políticas y económicas.

Los resultados de esta intervención permitieron mayor interacción con nodos, pero al mismo tiempo, el involucramiento de otros agentes al tema en cuestión, alterando las métricas del *big data*, pero al mismo tiempo: co existiendo y co habitando con el resto de los grupos involucrados. En este sentido, Cora (2009) también sugiere que los investigadores pueden presentarse como uno del grupo.

Y es que, por extraño que suene, el investigador social necesita trabajar y caminar con la gente que estudia para entender cómo significan sus propios espacios para “captar la experiencia subjetiva de vida en algún campo” (Hine, 2015, p. 325) Hay que escuchar las historias de lo que la gente dice sobre sí mismas a través de sus historias.

Ahora bien, aterrizando estas recomendaciones metodológicas a nuestra experiencia situada de *experiencers* en #CaravanaMigrante, seleccionamos un grupo de la FCPyS, con quienes se trabajó el tema de micro acciones políticas y esferas públicas transaccionales. Luego, se dialogó sobre #CaravanaMigrante y se les fijaron algunos objetivos para impulsar una micro acción política informada que hablara, mediante argumentos digitales, sobre lo que vivían los migrantes; a través de notas, cifras, opiniones sustentadas, etc.

Aclaremos que la selección del grupo fue por conveniencia, pues tuvimos acceso al mismo debido a que son parte de nuestra materia de Organizaciones públicas en el tercer semestre de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Al tiempo que su inmersión también está justificada en el crecimiento de discursos de odio, *fake news* y mensajes confusos que hallamos al explorar la esfera pública digital ya seleccionada.

Con esto, la intención también fue superar la brecha de participación (para lo cual se trabajó un micro manual de redes para que los jóvenes pudieran participar, siempre respetando su libertad), y experimentar con la opinión/agenda pública. De esta experiencia, no sólo se consiguió ser *trending topic* nacional, sino además obtener contactos claves para la posterior etapa: la del trabajo multi situado.

#### 4. Resultados

Como señalamos en la estrategia metodológica, el análisis de perfiles claves, así como los propios textos etnográficos, nos llevaron a reflexionar sobre nuestro papel como investigadores dentro de #CaravanaMigrante.

Desde la primera etapa con el análisis de redes, y posteriormente con la “inmersión profunda” (en la segunda parte), fuimos actores que aparecieron dentro de la esfera seleccionada. Solamente que en esta etapa decidimos sólo dedicarnos a recopilar datos y analizar.

Por ello, en el marco de la clase de Organizaciones Públicas, y bajo el tema de esferas públicas transaccionales, se invitó a los estudiantes a participar en la esfera pública #CaravanaMigrante. Aclaremos que su integración a la dinámica en ningún modo condicionó su calificación.

En cambio, uno de los puntos que se decidió modificar respecto a experiencias anteriores en los cuales los resultados de incidencia fueron menores, reculó en manejar algunos objetivos generales de los cuales partir para difundir información -y posiciones sustentadas sobre #CaravanaMigrante-, toda vez que a partir de las categorías de la presente investigación se generó un micro manual de redes (en el cual se incorporaron variables teóricas dimanadas del marco previamente expuesto en la presente pesquisa) para que los estudiantes tuvieran idea de cómo tuitear, enfatizando en la libertad para generar sus propios discursos micro políticos.

Esto, porque en experiencias etnográficas anteriores notamos que a veces hay una idealización del uso de tecnologías por jóvenes. Es decir, se piensa que tuitearán solitos y por autonomía sus mensajes tendrán viralidad. Cuando hemos comprobado que es un sector reducido el que logra esto (en gran medida por la “brecha de participación” que mencionamos anteriormente).

A diferencia de la experiencia anterior en un ejercicio etnográfico (con #PeriodismoSOS), obtuvimos mejor respuesta de los estudiantes. Lo cual pudimos observarlo en mensajes con mayor argumentación, motivación de cerca del 50% de los participantes, e incluso lograr colocar #CaravanaMigrante como trending topic nacional, en el lugar número 20; cuando ese día no había un *timing* discursivo a su favor (después de que además habíamos observado una pasividad de dicha esfera en las arenas digitales).

Consideramos este hecho como relevante, pues nos habla de la posibilidad para que la academia no sólo haga análisis sociales profundos, sino que pueda intervenir en contextos específicos en los cuales se ayude a visibilizar grupos marginados o iniciativas políticas con poca difusión.

Posteriormente, se hizo un ejercicio a través de Google Classroom (el cual desde etnografía digital podemos considerar como de grupos de discusión *online*), para obtener puntos de vista sobre la actividad en los estudiantes y observamos que el ejercicio les sensibilizó y ayudó en sus formaciones personales, académicas y profesionales. Estas fueron algunas de las respuestas en alumnos:



**Paola Calderon** 8 oct.

⋮

Fue brillante.

Hoy pudo visualizarse el micro poder que tenemos en las plataformas digitales (en este caso, TW) y la posibilidad que tenemos de impactar a nivel local, regional e internacional.

Ahora, reflexionando sobre lo acontecido, llego a la conclusión de que este proyecto puede clasificarse como de menor escala, es decir, casi express. Pero que si contamos con más personas y más recursos, no me imaginaria la escala/tamaño que esto podría llegar a tener.

Por último, quiero mencionar que la reacción de las publicaciones no solamente fue por parte de mexicanos, sino por personas de otras nacionalidades lo que significa un punto a destacar en la interconectividad que crea este espacio.

← Responder

---



**Andrea de Lourdes Galan Olivera** 8 oct.

Me encanto posicionar un tema actual y relevante como las caravanas migrantes en un medio sociodigital como Twitter. Esta dinámica me hizo comprender como un tema se puede convertir en tendencia a través de las microredes al configurar un público transaccional mediante un debate que propició a la retroalimentación y socialización de ideas entre los compañeros y profesores.

Espero esta forma de trabajo vuelva a repetirse :)

← Responder



**Vanesa Guzman** 10 oct.

El ejercicio me pareció muy interesante, ya que pudimos comprobar como un grupo de personas puede llegar a tener influencia en las redes sociales, pudimos identificar entre nuestros compañeros quiénes fueron los nodos, es decir, las personas que más influencia tuvieron al publicar los tweets, además me pareció importante ya que yo no contaba con Twitter y tuve que descargar la aplicación y al realizar el ejercicio consigue algunos seguidores, me sirvió para darme cuenta que debo estar más activa.

← Responder



**Yatzil Hernandez** 8 oct.

Estuvo muy chido y fue entretenido. Además me pareció una gran estrategia pedagógica para entender en la práctica la teoría. Durante el ejercicio pude darme cuenta del gran (algo atemorizante) alcance que las redes tienen para incidir en esferas transnacionales, y la forma tan sencilla que ahora tenemos para involucrarnos como agentes en estas esferas.

← Responder



**Montse Romero** 8 oct.

Me pareció sumamente interesante poder ver como una persona, a través de ciertas publicaciones en la red, puede llegar a tener una gran incidencia en su entorno local. En el caso de nuestra actividad, es sorprendente como la interacción entre ciertas personas con un tema en específico lograron posicionarse dentro de las principales tendencias nacionales. Las interacciones a partir del uso de internet y ciertas herramientas para obtener un mayor impacto, en la actualidad, demuestran el gran poder y alcance que se puede tener haciendo un uso constante e involucrandose con personas que pueden ayudar en dicha vinculación para obtener resultados de mayor escala

← Responder



**Soffy** 8 oct.

Fue muy interesante ver como un solo grupo de estudiantes y profesores es capaz de convertir un tema que aunque ya se puede considerar "pasado" para algunas personas como lo es la caravana migrante es capaz de convertirlo nuevamente en tópico de discusión en las redes sociales, en este caso Twitter.

También me ayudó más a comprender más la lectura de Ingrid Volkmer, sobre todo en la parte que menciona que las micro-redes pueden incidir y trascender más allá de lo local, con la posibilidad de convertirse en un tema discutido a nivel nacional o global. Las personas se convierten en usuarios con la capacidad de difundir y dar su opinión al respecto, dejando de lado la unidireccionalidad de la comunicación que existía en el pasado, en el que solo se recibía el mensaje de manera pasiva y ya.

Fue genial ver como nos convertimos en tendencia aunque solo fuera pocas horas; ahora sabemos lo que podemos llegar a hacer a través de las redes sociales con una buena organización y dirección.

← Responder



**Angela Valeria** 10 oct.

Me pareció relevante que el propósito fuera posicionar un tema como el de la Caravana migrante dentro de la agenda pública, pues sigue estado presente hoy en día, aunque haya tenido más atención en el último año. Es por esto que el lograr la visibilización de este tema es útil para que el público presente en una red social como Twitter, pueda darse cuenta de que aún siguen habiendo esferas que se ven afectadas tanto en el ámbito político como económico y, sobre todo, social, si se ve desde el punto de vista de los Derechos humanos. Esto a su vez puede llegar a alcanzar a un público que esté dispuesto a ayudar de alguna forma; es así como es posible notar la importancia de esta reincorporación a la agenda pública.

← Responder



**Karla Vargas** 8 oct.

En lo personal el hecho de brindarnos herramientas que están en tendencia y que yo puedo percibir que nos pueden servir para el mercado laboral es un plus, el uso de las redes sociales y la tecnología en la clase de hoy nos abre un mundo diferente a lo que se ve en los textos académicos. Yo no uso mucho Twitter y para mi el ver que alcance tiene me hace pensar en como puedo utilizarlo a mi favor en próximas investigaciones, así como ver y comprender más cercana la realidad a la que nos vamos a enfrentar y en la que estamos inmersos sin ser conscientes en su totalidad.

← Responder

En este sentido, también nos permitimos hacer una primera aproximación al concepto de brecha de participación, incitando a que diversos jóvenes (siete de ellos sin cuentas de Twitter, las cuales hicieron ese día), comenzaran a ejercer su voz en espacios públicos, mediante la esfera de #CaravanaMigrante. Lo cual además nos habla de una trascendencia de su voz en el sentido arendtiano del término.

A continuación se adjunta el micro manual generado para la actividad, el cual podría hacerse extensivo para las organizaciones de la sociedad civil que trabajen el tema de #CaravanaMigrante y no cuenten con estrategias:

### ***Guía de incidencia a partir de micro acciones políticas. Incidir en esferas públicas***

***Elaboración: Josué Lugo y Jesús Vega***



Los ejercicios tecnopolíticos como *experiencers* en esferas públicas nos permiten posicionar temas en micro opiniones públicas, al tiempo que, con movilidad discursiva suficiente, incorporar temas a la agenda pública. Con ello, si nos situamos desde lógicas de “contra poder”, tenemos posibilidad de empoderar a grupos ciudadanos, culturales y políticos que deseen incorporar sus marcos de discurso entre otros actores e instituciones; ya sea para su exposición, visibilidad o reconocimiento.

Para efectos de lo anterior, recomendamos:

Encontrar líneas de acción para la visibilización de la esfera. Aconsejamos redactar una suerte de objetivos, que consensados con los grupos de trabajo, puedan ser seguidos por los participantes.

A partir de ello, como primer paso es importante comenzar a tuitear. Hay que considerar que esto se encuentra sustentando en la libertad de expresión y derecho a la información, lo cual no exime nuestra responsabilidad de informar *con ética y humanismo* sobre el tópico que se haya escogido.

En este sentido, se puede incorporar:

- Notas que informen sobre el hecho y con esto amplíen la visión/criterio de los receptores.



**Más de 13 mil atenciones a migrantes: Salud**

El Heraldo de Tabasco - hace 14 horas

La dependencia garantizó la atención humanitaria a **migrantes** en cuestión de servicios médicos, la titular Silvia Roldán Fernández, informó ...

- Opiniones sustentadas respecto a la esfera seleccionada, o en su caso, respecto a las líneas propuestas por el equipo.
- Crítica hacia determinadas políticas públicas relacionadas a la esfera (se recomienda incorporar propuestas en los tweets).
- Vídeos obtenidos que apelen a documentales, series o explicaciones; que amplíen el marco de discusión respecto al tema.

## Día Internacional del Migrante

[www.un.org](http://www.un.org) › [events](#) › [migrantsday](#) › [sgmessage](#)



14 dic. 2018 - Subido por Naciones Unidas

El Secretario General António Guterres visita el asentamiento de refugiados de Imvepi en el distrito de Arua, en ...

- Memes generados por el propio *experienter*, en los cuales pueda expresar, opinión, críticas o ironías sobre la esfera tratada.



- Infografías generadas por el propio *experienter*, en las cuales informe sobre asuntos ligados a la esfera seleccionada (puede utilizarse Pictochart).



- Carteles digitales generados por el propio *experienter*, en las cuales se difunda o visibilice algún hecho relevante de la esfera seleccionada (puede utilizarse Canva).

- Recomendaciones culturales (por ejemplo, eventos), que amplíen la información del receptor sobre la esfera seleccionada.

A nivel social, los mensajes tienen más valía en cuanto a su contenido si se convierten en acciones micro políticas, lo cual se consigue si:

- Poseen respaldos legales, como, por ejemplo: ¿a qué organizaciones pueden acudir las personas que requieran más información o apoyo? O inclusive, se pueden mostrar los procedimientos legales para que el ciudadano pueda incidir en sus contextos.

- Poseen respaldo socio político, lo cual implica entender con teoría social el contexto en el que nos encontramos. El reto en este punto es convertir esta explicación teórica en discursos que permitan incidir en espacios públicos.

- Poseen respaldo tecnológico, lo cual implica pensar a través de software libre, que con ello se está ayudando a creadores independientes, así como apelando a principios de libertad en la red, así como de colaboración.

- Poseen respaldo discursivo, lo que nos invita a generar discursos que actúen en la realidad, considerando el timing político, el contexto, las instituciones a quienes se dirigen, los valores sociales, las creencias, meta discursos, fallas en políticas públicas.

Algunas recomendaciones:

- Arrojar a personajes públicos en nuestros mensajes, tales como influencers, micro influencers, funcionarios públicos, artistas.

- Colocar tweets con imagen y vídeo. No dejarlos solos.
- Aprovechar los hipervínculos; esto es, postear con links a imágenes, vídeo, música, etc.

El siguiente tuit es un ejemplo sobre cómo puedes relacionar los tópicos, cuentas mencionadas, argumento del tuit, y audiovisual que ilustre.



Finalmente, sobre participar como experiencer en #CaravanaMigrante, nos dimos cuenta que es posible arribar a la opinión pública mediante una estrategia de redes que coadyuve a visibilizar campos como #CaravanaMigrante. Al mismo tiempo, con tal ejercicio nos dimos cuenta que es importante precisar con mayor énfasis el sector de la esfera con el que se trabajará: la sociedad civil.

## 5. Conclusiones

Este es apenas un primer informe de la tesis sobre incidencia de esferas públicas digitales en la opinión / agenda pública, estudiado en #CaravanaMigrante.

En este sentido, el valor informativo que brinda el Capitalismo Cognitivo a los mensajes que solemos generar en plataformas digitales, intentaron ser entendidos con una lógica de desintermediación comunicativa, para que, con las propias herramientas informativas hegemónicas, se consiguiera visibilizar un tema, que por otro lado, puede ser observado como estigmatizado por atravesar estructuras como las de la migración.

Si bien, uno de los puntos fundamentales del Capitalismo Cognitivo son las brechas, -y que en el presente proyecto situamos con mayor fuerza en la de participación-, al mismo tiempo no sólo la exploramos en estudiantes que, inclusive en varios casos no disponían de cuentas en twitter (lo cual llama la atención si se considera que son de la UNAM, la universidad pública de México más significativa a nivel nacional).

Al tiempo que, varios de ellos no sabían cómo viralizar un mensaje, o cómo hacer que sus causas resonaran dentro del espacio público digital. Aspecto en el que se trabajó mediante la intervención, en la cual se consiguió que los propios jóvenes se motivaran para seguir participando, además que hubo una suerte de auto formación para sus posteriores proyectos.

Además, relacionamos las acciones micro políticas como fundamento teórico, con su aplicación para la amplificación de un mensaje social que consiguiera resonancia entre la opinión pública digital. Y es que, cuando un mensaje posee un respaldo legal, con una lectura socio política y estrategia de discurso, puede potenciarse con los recursos tecnológicos que se utilicen (incluso algunos provenientes del software libre).

Luego entonces, cabe reflexionar sobre la etnometodología en combinación con la investigación acción participante, como un recurso metodológico que parta de un análisis de la realidad social, posibilite una posterior intervención que coadyuve a visibilizar grupos marginados o causas no tratadas por medios convencionales y redes hegemónicas de comunicación.

Al tiempo que, en el caso específico de #CaravanaMigrante ahora mismo se trabaja en una etnografía digital con mayor alcance para que a partir de una estrategia de *tick data*, se correlacionen a sus principales actores

y sus mensajes, respecto a cómo han ido impactado en la opinión/agenda pública. Esto se presentará en posteriores congresos.

## 6. Referencias

- Aikin, Olga, & Anaya Muñoz, Alejandro (2013). Crisis de derechos humanos de las personas migrantes en tránsito por México: redes y presión transnacional. [fecha de Consulta 11 de Noviembre de 2019]. ISSN: 0185-013X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=599/59931080004>
- Arendt, H. (1993). La condición humana. Recuperado de: <https://clea.edu.mx/biblioteca/Arendt%20Hanna%20-%20La%20Condicion%20Humana.pdf>
- Balcazar, Fabricio E. (2003). Investigación acción participativa (iap): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. Fundamentos en Humanidades, IV [fecha de Consulta 11 de Noviembre de 2019]. ISSN: 1515-4467. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=184/18400804>
- Cora, Á. et al (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and ComputerMediated Communication. Journal of Contemporary Ethnography, 38 (1), 52-84
- Crovi Druetta (2009). *Jóvenes, migraciones digitales y brecha tecnológica*. México: Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. () 52-209. Recuperado de: <http://revistas.unam.mx/index.php/rmspys/article/view/25967/24446>
- De la Cueva, J. (2015). Manual del Ciberactivista. Teoría y práctica de las Acciones Micropolíticas. Córdoba: Bandaàparte. Disponible en: <http://manualdelciberactivista.org/>
- Firth, A. (2010) Etnometodología. Discurso & Sociedad, Vol. 4
- Garfinkel, H. (1967) Studies in ethnomethodology. Prentice Hall. En R. Turner (ed.) (1974) The origins of the term ethnomethodology'. pp: 15-18.
- Hine, C. (2015). Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday (55-87). Londres: Bloomsbury Publishing
- Norris, P. (2001). Digital divide: Civicengagement, informationpoverty, and the Internet worldwide. Cambridge UniversityPress.
- Pía, M. (2003). Construyendo esferas públicas diaspóricas. Signos Filosóficos, núm. 10, julio-diciembre, 2003, pp. 211-233 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34301012>
- Pink, S. (2014). Doing Visual Ethnography (3ra edición). London: Sage.
- Retamozo, M. (2006). Notas en torno a la dicotomía público - privado: una perspectiva política. Reflexión Política,[fecha de Consulta 30 de Septiembre de 2019]. ISSN: 0124-0781. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa>
- Sartori, G. (1993), ¿Qué es la democracia? México: Instituto Federal Electoral.
- Selener, D. (1997). Participatory action research and social change. NY: Comell University Participatory Action Research Network
- Sierra , F., & Caballero, F. (2016). Capitalismo Cognitivo y Comunicología Abierta. Chasqui. Revista Latinoamericana De Comunicación, (133), 09. Disponible en <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3000/2819>
- Vargas, F. (2018). El vía crucis del migrante: demandas y membresía. El Colegio de la Frontera Norte, México. Trace. Travaux et Recherches dans les Amériques du Centre, núm. 73, 2018. Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos
- Volkmer, I. (2015). La esfera pública global. La comunicación pública en la era de la interdependencia reflexiva. Volumen: 30 número: 1, página (s): 115-116



## APROXIMACIÓN A LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS ALTERNATIVOS EN ESPAÑA<sup>26</sup>

### APPROXIMATION TO THE SPANISH ALTERNATIVE MEDIA

**Al Najjar Trujillo, Tamer**

Universitat Jaume I

alnajjar@uji.es

**Arévalo Salinas, Alex Iván**

Universidad de Extremadura

aarevalo@uji.es

**Vilar Sastre, Griselda**

Universitat Jaume I

gvilar@uji.es

**Resumen:** En este trabajo se reflexiona sobre el concepto de medios alternativos y su vinculación con algunos medios digitales e impresos que nacen con posterioridad a la crisis económica en España (2008). Se detallan algunas de sus características en el modelo jurídico y de financiación para posteriormente conocer detalles de sus principios y lineamientos, a partir de una revisión de la información que publican en sus páginas web, en sus apartados de presentación. Se revisaron los siguientes medios finalistas en la categoría medios enfocados de los Premios Enfoque de Periodismo (2013, 2014, 2016 y 2017): elsaltodiario.com, lamarea.com, ctxt.es, revista5w.com, eldiario.es, infolibre.es, periodismohumano.com, revistapikaramagazine.com, elcritic.cat, unitedexplanations.org. Entre los resultados obtenidos se observa que dos de los términos más frecuentes en sus definiciones son “independencia” y “calidad”. Del mismo modo, aparecen otros conceptos como “libertad”, “transformación”, “crisis”, “alternativo” y “comprometido” como valores que definen sus proyectos.

**Palabras clave:** medios alternativos, periodismo independiente, medios digitales, Premios Enfoque, comunicación.

*Abstract: This paper reflects on the concept of alternative media and its link with some digital and print media that are born after the economic crisis in Spain (2008). Their legal and financing model, their principles and guidelines are detailed, based on a review of the information published on its web pages. The following media finalists in the focused media category of the ‘Premios Enfoque’ (2013, 2014, 2016 y 2017) awards were reviewed: elsaltodiario.com, lamarea.com, ctxt.es, revista5w.com, eldiario.es, infolibre.es, periodismohumano.com, revistapikaramagazine.com, elcritic.cat, unitedexplanations.org. It is observed that two of the most frequent terms in their definitions are “independence” and “quality”. In addition, other concepts appear as “freedom”, “transformation”, “crisis”, “alternative” and “committed” as values that define their projects.*

*Key words: alternative media, independent journalism, digital media, Premios Enfoque, communication.*

<sup>26</sup> Esta ponencia es parte de los siguientes proyectos: “La participación juvenil como herramienta de desarrollo social, económico, político y cultural en el espacio transfronterizo (España-Portugal)”, con ref. IB16097, financiado por la Junta de Extremadura y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional – “Una manera de hacer Europa”; proyecto de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo, ANID-Chile, específicamente por el Programa de Investigación Asociativa, a través del Proyecto Anillo titulado: “Converging Horizons: Production, Mediation, Reception and Effects of Representations of Marginality”, PIA-ANID/ANILLOS SOC180045 y proyecto Plan de Promoción de la investigación de la Universitat Jaume I de Castellón UJI-B2019-13 Comunicación para el cambio social y educación mediática frente a los discursos del odio sobre género e inmigración: Análisis de los discursos públicos en el periodo 2016-2019.

## 1. Introducción

El presente artículo parte de los resultados obtenidos por el Observatorio de Medios para el Cambio Social (COMCAMBIO) [<http://www.comcambio.com/acerca-de/>], a través de distintas actividades de investigación y académicas desarrolladas durante el periodo 2015-2019. En este sentido, con el objetivo de enmarcar el presente trabajo, las principales motivaciones que desarrolla el observatorio se encaminan hacia el análisis y la caracterización de medios informativos alternativos de carácter online que actúan dentro del ámbito de la comunicación para el cambio social y su relación con los procesos de paz, así como la identificación, la visibilización y el estudio de buenas prácticas y experiencias surgidas en España desde este tipo de medios, especialmente durante el periodo post 15M.

De este modo, el marco conceptual desarrollado se inicia a través del proyecto de investigación GVA/2017/019 “Mapeo y caracterización de los medios periodísticos alternativos de carácter online en España”, financiado por la Generalitat Valenciana. Asimismo, fruto de este proyecto de investigación surge el presente observatorio, COMCAMBIO, concebido como un grupo de trabajo en red que desarrolla su actividad académica desde la Universitat Jaume I, con la participación de investigadores procedentes de la Universidad Carlos III, la Universidad de Málaga y la Universidad de Zaragoza, destacando de entre sus actividades, acciones de colaboración con universidades internacionales como la Universidad Autónoma Metropolitana de México, la Universidad de la Frontera, la Universidad Católica del Perú, la Universidad Autónoma de Zacatecas y la Universidade Estadual Paulista UNESP de Brasil.

De entre las actividades y principales resultados académicos es importante señalar la celebración del I Congreso Internacional Comunicación, conflictos y cambio social en la Universitat Jaume I en diciembre de 2017 con el patrocinio de la Generalitat Valenciana y co-organizado por la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP), el Instituto Interuniversitario de Paz y Desarrollo de la Universitat Jaume I, la UNESP y la Cátedra de Filosofía y Educación para la Paz de la Universitat Jaume I.

Por otra parte, cabe destacar que la base del marco teórico que configura el presente estudio se configura a partir de los libros *Comunicación, Conflictos y Cambio Social* (Arévalo Salinas, Iranzo y Cabral 2015), *Comunicación, cultura de paz e igualdad* (Flores Pérez, Arévalo Salinas y Barranquero Carretero, 2018), *Comunicación, paz y conflictos* (Arévalo Salinas, Vilar Sastre y Al Najjar Trujillo, 2018), así como el libro *Comunicación y Cambio Social* (Arévalo Salinas, Vilar Sastre y García López, 2019) editados todos ellos por el observatorio COMCAMBIO.

En este sentido, los esfuerzos se han dirigido hacia la definición, caracterización y difusión de medios de información y comunicación alternativos y a observar sus diferencias con los modelos tradicionales y/o convencionales, tomando como consideración las recomendaciones y prácticas desarrolladas por el periodismo de paz (Galtung, 2003; Arévalo Salinas, 2014), y cuyos avances presentamos a continuación.

Modelo tradicional de Periodismo	Modelo de Periodismo de Paz
Mito de la Objetividad (Argumento para no mostrar un posicionamiento claro en algunos temas).	Transparencia en la subjetividad. Posicionamiento claro y comprometido ante las violaciones de los derechos humanos.
Preferencia por la rentabilidad a cualquier precio, incluso legitimando los abusos	La calidad del contenido es el objetivo central. La búsqueda de rentabilidad no afecta las decisiones editoriales.
Tratamiento informativo superficial y descontextualizado.	Tratamiento informativo contextualizado. Se aporta información que permita comprender los acontecimientos.
Preferencia por noticias de escasa relevancia para el conjunto de las sociedades.	Inclusión de noticias de elevada relevancia para las sociedades. (Informaciones relacionadas con los problemas estructurales y la trasgresión de los derechos humanos).
Noticias negativas (catástrofes, violencia, homicidios y	Equilibrio entre hechos negativos que tratan los

tragedias variadas)	principales problemas de las sociedades y los positivos (avances médicos, relaciones interculturales exitosas, mejoras educativas o avances en acuerdos).
Preferencia por fuentes informativas ligadas al poder y a las élites.	Diversidad en la selección de las fuentes. Inclusión de actores sociales de base como ONGD, movimientos sociales y sindicatos.

Fuente: Arévalo Salinas (2014, p. 67)

## 2. Contexto y antecedentes: el estudio de los medios alternativos

El desprestigio de los medios informativos españoles ha sido notorio en los últimos años, lo cual ha sido visible en los resultados más recientes de los informes anuales de la Asociación de Prensa de Madrid, teniendo en cuenta las preguntas sobre el nivel de confianza que generan las informaciones en los usuarios y el nivel de independencia con la que los periodistas evalúan su propio trabajo, convirtiéndose este último aspecto como uno de los principales problemas de la profesión periodística según los encuestados (Asociación de la Prensa de Madrid, 2018, p. 38). En ambas preguntas no se supera los 6 puntos en una escala de 1 a 10. Estos datos son corroborados por los análisis del Pew Research Center: según este *think tank*, España se posiciona como uno de los países europeos con menos confianza ciudadana hacia los medios de comunicación, pese a que el 88% de los encuestados afirma que los medios de comunicación son “muy importantes” (Pew Research Center, 2018).

Dicha pérdida de confianza entronca con investigaciones precedentes que han concluido que el periodismo tradicional, elaborado por los medios informativos más reconocidos y de mayor tamaño, ha desvirtuado su función social, lo que se traduce en una crisis de credibilidad en el contexto mediático español, que es complementaria a otras deslegitimaciones en el ámbito político y económico (Reig, 2015; Rius, 2014; Díaz Nosty, 2011).

Por otro lado, la crisis de credibilidad guarda relación con el poder que adquieren la publicidad y los accionistas para intervenir en las decisiones periodísticas. De esta manera, determinados temas podrían no tener cabida, ya que afectarían a los intereses de estos grupos. Esta falta de confianza también se encuentra vinculada con el control de las redacciones de las cadenas televisivas y radiofónicas de ámbito estatal, autonómico y local por parte de los gobiernos con el objetivo de convertirlas en un instrumento de propaganda que apoyen sus intereses. Como ejemplo más reciente cabe mencionar la denuncia de los propios profesionales de Televisión Española referida a la creación de redacciones paralelas con profesionales afines al Partido Popular, afectando a la independencia informativa. También son paradigmáticos los casos de TeleMadrid o el extinto Canal Nou (ahora À Punt) en la Comunidad Valenciana (Humanes y Fernández Alonso, 2015).

Junto a las mencionadas crisis de credibilidad y confianza hay que destacar los efectos en el sistema mediático español de la crisis económica de 2008, que supuso un descenso de los ingresos publicitarios (García Santamaría, 2016), que significó el despido de periodistas y el aumento del desempleo en el sector (Asociación de la Prensa de Madrid, 2015, 2016). Una situación que siguió afectando a la calidad periodística de la prensa de referencia (Barranquero y Sánchez, 2018). Como representación paradigmática de estos diferentes aspectos cabe mencionar el cierre de la edición en papel del diario *Público* en el año 2012, que escenificó las diferentes crisis que ha atravesado el periodismo en España.

En este escenario, desde diferentes modalidades jurídicas, de organización y de redacción, y aprovechando las tecnologías de la información, se han desarrollado medios informativos que replantean el modelo tradicional para atender las principales críticas y carencias de los medios tradicionales. Así pues, defienden la independencia económica, destacando que las empresas y los accionistas no tienen injerencia en sus contenidos teniendo libertad para recuperar los valores del periodismo de cuarto poder, aquel que salvaguarda la democracia y tiene un rol vigilante de los poderes.

Hasta ahora, la conceptualización y análisis de “medios alternativos” ha sido un campo de estudio minoritario dentro de las Ciencias Sociales (Atton, 2002, p. 7; Fuchs, 2010, p.173). Es por ello que en esta investigación retomamos dicho concepto para abordar y analizar la aparición de proyectos periodísticos en España que, tal y como se ha comentado, se proponen como alternativas informativas a los medios de referencia o hegemónicos. Tradicionalmente, la definición de “medio alternativo” ha sido problemática dentro de la investigación mediática al no existir un consenso sobre su conceptualización (Kenix, 2011a).

Esta situación conduce a la necesidad de seguir explorando qué caracteriza a los medios alternativos y analizar sistemas mediáticos concretos (Sandoval y Fuchs, 2009).

Chris Atton, uno de los referentes académicos en esta temática ha propuesto una definición general y amplia a través de la cual poder seguir estudiando características alternativas concretas: “it is a “range of media projects, interventions and networks that work against, or seek to develop different forms of, the dominant, expected (and broadly accepted) ways of ‘doing’ media” (2002, p. ix). Por ello, es necesario seguir acotando dicha definición ya que, por ejemplo, publicaciones de grupos terroristas o de incitación al odio podrían encajar dentro de esta. Entonces, ¿cómo podemos entender un medio alternativo? Una primera aproximación la encontramos definiendo los medios alternativos en oposición a los medios hegemónicos o tradicionales. En este sentido, Bailey, Cammaerts y Carpentier (2008, p. 19) entienden que los medios alternativos desde esta perspectiva se caracterizarían por un rechazo a los fines comerciales, a la publicidad privada e institucional, por ser independientes, con estructuras democráticas y horizontales, con contenidos contrahegemónicos y perspectivas alternativas, entre otros. Sin embargo, esta forma de aproximarse a los medios alternativos ha sido criticada por otros investigadores por ser demasiado simplista y entender ambos tipos de medios de forma monolítica y estática (Rauch, 2016; Kenix, 2011b). Investigaciones precedentes han determinado que se pueden encontrar características alternativas en medios convencionales, para atraer a más audiencias, y características tradicionales en medios alternativos: “Much scholarship identifying similarities between alternative media and mainstream ones has examined production activities in liberal democratic contexts with high levels of economic development, technological access and press freedom” (Rauch, 2016, p. 765). Es decir, difícilmente se podrá encontrar un medio cien por cien hegemónico o un medio alternativo “puro”, teniendo en cuenta que los periodistas que trabajan en este último han podido trabajar en medios convencionales (Harcup, 2015).

De esta manera, recogemos las aportaciones más recientes en el estudio de medios alternativos para analizar su situación en España, donde los diferentes caldos de cultivo (Lewis, 1993) que se han comentado han influido en su desarrollo y creación. Cabe añadir la importancia del movimiento del 15M (2011) para entender el surgimiento de este tipo de medios dentro del sistema mediático español, ya que se supuso la puesta en duda el papel informativo y democrático de los principales medios informativos (Hernández, Robles y Martínez, 2013). Es decir, en esta investigación analizamos las características de medios que se pueden considerar alternativos, teniendo en cuenta los contextos socioculturales, históricos y políticos, profundizando sobre sus características y superando, así, la dicotomía alternativo-tradicional.

### 2.1. Modelo jurídico y de financiación en España de medios alternativos

Entre los medios que se enmarcan dentro de esta conceptualización detectamos dos modelos jurídicos: el formato clásico de Sociedad Limitada y las Cooperativas. Como principal referencia de la primera encontramos a *eldiario.es*, que ha logrado la consolidación económica y empresarial de su proyecto informativo, además de unos elevados niveles de audiencia<sup>27</sup>. Según Rius (2015, p. 1477), la empresa Diario de Prensa Digital, editora de *eldiario.es*, está “formada por accionistas que proceden del mundo del periodismo y la comunicación en general”, lo que ha permitido, según este autor, priorizar el valor del periodismo por sobre las ganancias, además de posibilitar la desvinculación entre la búsqueda de ingresos y las decisiones periodísticas.

En el caso de las cooperativas destacan *La Marea*, *El Salto* o *Critic*. Esta figura permite a los periodistas combinar su papel empresarial y su rol profesional. En estos nuevos medios el periodista se convierte en propietario o mantiene una elevada influencia en las decisiones de organización, dejando de ser un agente pasivo que se subordina a las políticas empresariales y periodísticas que establecen los grupos que controlan estas entidades. En algunos casos son propietarios, si han fundado el medio, o participan como socios con derecho a votos en las asambleas. Así pues, las cooperativas se convierten en una opción coherente con sus principios de cambio social al favorecer la participación y la horizontalidad. Es importante resaltar que este tipo de organización empresarial guarda relación con los principios de Economía Común y Solidaria, bajo criterios de justicia social (Askunse, 2013). En Barranquero y Sánchez Moncada (2018) se ha realizado un diagnóstico sobre proyectos periodísticos basados en cooperativas a través del análisis de ocho casos de estudio concretos (*Directa*, *Arainfo*, *La Marea*, *Alternativas Económicas*, *Crític*, *El Salmón Contracorriente*, *Setembre* y *El Salto*). Los autores concluyen que los periodistas de estos medios “critican la falta de

<sup>27</sup> Según el informe *Digital News Report España 2019*, *eldiario.es* se encuentra entre los medios nativos digitales más consultados semanalmente (Negredo, 2019). El número de usuarios únicos, según este medio, se situó en más de 11 millones en el mes de abril de 2019 (Escolar, 2019).

independencia de los medios tradicionales e intentan practicar un periodismo riguroso, pero no apolítico, sino comprometido con las demandas de ciertos sectores sociales, en especial subalternizados o poco visibles en la agenda de los medios tradicionales” (Barranquero Carretero y Sánchez Moncada, 2018, p. 54).

Por su parte, hay casos concretos como *eldiario.es* que plantean un modelo de sostenibilidad polémico en cuanto a la acotación de sus fuentes de financiación, los criterios de noticiabilidad que siguen a la hora de configurar su agenda de contenidos y la relación que establecen con otros medios convencionales y grandes grupos mediáticos nacionales. Este medio ejemplifica la dificultad que presentan conceptos como “independiente” a la hora de catalogar los medios de comunicación dentro del ámbito de lo alternativo. En el caso de *eldiario.es* encontramos una serie de controversias en estos aspectos. En cuanto a la publicidad y fuentes de financiación, el medio no establece un protocolo ético que determine qué tipo de financiadores colaborarán económicamente en la sostenibilidad del propio medio, a la vez que determine un tipo de anunciantes o empresas que sigan unas prácticas éticas en el desarrollo de su actividad. En este caso, podríamos considerar a *eldiario.es* como un medio de comunicación que determina su actividad en los contenidos sin establecer manuales o adaptar en sus estatutos medidas que controlen la financiación o independencia de su actividad periodística. Aun así, el director del medio asegura que “aunque la publicidad suma más en total, ningún anunciante individual, ni siquiera los más grandes, supone una fracción de lo que aportáis los lectores en conjunto. La independencia consiste en depender de muchos, cuantos más, mejor” (Escolar, 2019).

Es por ello, que el modelo de medios basado en cooperativas como *El Salto* o la revista *La Marea* busca reducir la relevancia de la publicidad para concederle importancia al apoyo de los lectores a través de la captación de socios o suscriptores, como fuentes prioritarias. Los socios y suscriptores, desde la afinidad ideológica o política con el medio, con sus aportaciones mensuales permiten apoyar la estabilidad del proyecto. En este sentido, estas nuevas experiencias han desarrollado mecanismos de fidelización, que en algunos casos como *eldiario.es* ofrecen a sus lectores una participación más avanzada, a través de los comentarios o la intervención en las asambleas donde se toman las decisiones editoriales cuando nos referimos a una cooperativa con la experiencia de *El Salto*, *Crític* o *La Marea*. Esta fidelización incluye la creación de contenidos exclusivos, como una zona de socios en *El Salto*, donde estas personas pueden acceder a libros, vídeos, descuentos o sorteos, entre otros, tal como se puede observar en la siguiente imagen:

**Imagen 1: Publicidad de El Salto sobre los beneficios de los socios**



Fuente: página web de El Salto

Otras fuentes de financiación destacables son las donaciones o *crowdfunding*, que permiten apoyar el inicio de los proyectos logrando conseguir ingresos para sus primeras ediciones. Esta modalidad también se utiliza

para la cobertura de especiales sobre temáticas. Una experiencia interesante es la realizada por la *Revista 5W* que combinó la participación ciudadana con la donación al solicitar a sus lectores seleccionar y apoyar una cobertura informativa de entre varias, y la ganadora terminó siendo desarrollada con el dinero recaudado.

Las principales plataformas para llevar estas iniciativas son goteo.com o verkami.com, que han dado soporte a medios de comunicación españoles como *Diagonal*, *Crític*, *Contexto y Acción*, *La Marea* o *El Salto* (Martínez- Polo y Martínez Sánchez, 2015). Sin embargo, la utilización de esta forma de captar recursos no ha sido una vía exclusivamente de medios considerados alternativos. Algunos medios conservadores digitales como *El Español* han conseguido recaudar fondos de esta forma. En 2015, este medio logró 3.600.000 euros (Martínez Polo y Martínez Sánchez, 2015, p. 229).

Además, los periodistas de los medios alternativos ofrecen sus servicios profesionales a través de su experiencia profesional. Un ejemplo son los cursos de formación que ofrecen los periodistas de la revista *La Marea*, como los realizados por su directora, Magda Bandera, sobre información y perspectiva de género. Como parte de esta categoría encontramos servicios de asesoría comunicacional ofertados por *Pikara Magazine*.

Por último, cabe señalar que, dentro de la conceptualización de medios alternativos, el Observatorio Comcambio viene analizando el grado de transparencia de los diversos proyectos periodísticos en distintos niveles (generación de contenidos, balances anuales, estructura, etc.). De esta manera, muchos de estos medios, en mayor o menor medida, publican sus balances anuales destacando este aspecto como esencial para ejercer un periodismo independiente y riguroso.

### 3. Análisis: la autodefinición de los medios alternativos en España

A continuación, se presenta un análisis de las diferentes descripciones de los medios de comunicación sobre sus propios proyectos que exponen de forma pública en sus páginas web y que componen nuestro objeto de estudio. Hemos focalizado la ejemplificación en dos casos de modelo jurídico de cooperativa como *El Salto* y *Crític* y dos ejemplos de Sociedad Limitada *Eldiario.es* e *Infolibre.es*

Para este objetivo se han tomado como referencia los ejes transversales que convergen en las definiciones ofrecidas en sus páginas web y estatutos, tomando como referencia la tabla anteriormente mencionada que incluye las características elementales del Periodismo de Paz (Arévalo Salinas, 2014, p. 67) como modelo, así como una observación preliminar de las palabras clave que más se repiten en las valoraciones que ofrecen sobre sus proyectos y que nos servirán de base de partida para futuras investigaciones. Hemos tomado una muestra de medios finalistas de los Premios Enfoques de Periodismo en sus 4 ediciones (2013, 2014, 2016 y 2017), en su categoría medios Enfocados. En cuanto al funcionamiento de los Premios Enfoque de Periodismo, cabe destacar que la categoría de medios enfocados clasifica aquellos medios que: 1) Explican las causas de la violación de derechos humanos, las desigualdades sociales y el deterioro ambiental; 2) Denuncian los abusos de los poderes públicos y privados; 3) Dan protagonismo a las poblaciones y a sus propuestas de cambio; 4) Contribuyen al debate político y profundiza en la democracia; y 5) Agitan el pensamiento y moviliza a la ciudadanía en pro de una acción cívica transformadora (Barranquero y otros, 2014)

El listado de medios finalistas es el siguiente: *elsaltodiario.com*, *lamarea.com*, *ctxt.es*, *revista5w.com*, *eldiario.es*, *infolibre.es*, *periodismohumano.com*, *revistapikaramagazine.com*, *elcritic.cat* y *unitedexplanations.org*.

Una vez revisada la información que contiene su autodefinición, los términos que más se repiten en las descripciones que realizan los mismos sobre su actividad son aquellos referidos a la independencia y la calidad. Del mismo modo, aparecen otros conceptos como “libertad”, “transformación”, “crisis”, “alternativo” y “comprometido” como valores que definen sus proyectos. A continuación, detallaremos algunos ejemplos de cooperativas y sociedades limitadas.

#### 3.1. Cooperativas

En *El Salto* el modelo de sostenibilidad viene marcado por una composición colectiva basada en los socios, cerca de 7.000, y personas que componen el medio, alrededor de 200. En cuanto al modelo de sostenibilidad apuesta por la independencia de poderes políticos y económicos: “(...) por un periodismo radicalmente diferente: sin financiación de empresas del Ibex35, democrático, descentralizado y de propiedad colectiva. Cuando te haces socio o socia estás haciendo posible que *El Salto* siga existiendo y pueda llegar a más gente con mejores contenidos”. En cuanto a las diferencias que establecen frente a modelos tradicionales de

periodismo encontramos que, según este medio, el 70% de su financiación proviene de las suscripciones de los socios (2020) y mantienen protocolos éticos sobre sus anunciantes: “Las empresas que violan los derechos humanos, sociales, ambientales o laborales no pueden anunciarse”. Del mismo modo, rechazan los contenidos patrocinados y mantienen un funcionamiento asambleario y descentralizado. En cuanto a los contenidos, resalta su compromiso con la contextualización de los hechos, el periodismo reposado y el trabajo en profundidad de forma compleja “(...) respeto de las tres líneas rojas del proyecto: financiación ética, democracia interna y calidad periodística”.

Otra cooperativa es *Crítica*, un proyecto especializado en el periodismo de investigación con enfoque crítico y que aborda sus contenidos desde la contextualización, la profundidad y los datos. Al igual que los medios anteriores resalta en su autodefinición que el objetivo es lograr un periodismo reposado para servir a la ciudadanía en pro de la mejora democrática. En cuanto a la gestión, encontramos que se trata de un proyecto colectivo cooperativo, cuya organización es realizada por sus trabajadores. En cuanto a la sostenibilidad, es un proyecto también focalizado en sus socios y en ofrecer una perspectiva crítica a sus contenidos: “apostem per un format empresarial de gestió democràtica, amb participació econòmica equitativa dels socis, autonomia i integrat en l'àmbit de l'economia social i solidària. Apostem també per la transparència amb les persones subscriptores i lectors en general, a les quals informem amb detall sobre la situació econòmica periòdicament”.

### 3.2. Sociedades limitadas

*Eldiario.es* organiza sus contenidos en los denominados “focos” que contienen cuestiones que abordan problemáticas como “Vigilancia del Poder, Corrupción y fraude, Regeneración democrática, El dinero de todos, Economía cotidiana, Desigualdad y pobreza, Derechos y libertades, Educación, Salud, Igualdad, Violencia machista, Familia, Fronteras, Racismo, LGTBI, Diversidad funcional, Religión y laicismo, Memoria histórica, Creación cultural, Vida digital, Mejores ciudades, Medio ambiente, Maltrato animal”. Asimismo, en su página web asume un compromiso con la información independiente y la transparencia: “En eldiario.es creemos que la sociedad necesita información independiente y profesional con valores sociales. Queremos dar voz a tantos ciudadanos que se ahogan ante una oferta informativa monocorde y asfixiante”, y al igual que *Infolibre* destaca su compromiso con la verdad, la libertad y la ciudadanía: “Vigilamos al poder para proteger la libertad y el progreso sostenible de la sociedad. Defendemos los derechos humanos, la igualdad y una democracia mejor. Eso sí, todos nuestros valores están supeditados a uno fundamental para el periodismo: el del respeto por la verdad”.

En cuanto a la sostenibilidad, señala que el 70% del medio es controlado por las personas trabajadoras del mismo, con Ignacio Escolar como socio mayoritario, y que la vía principal de sus ingresos son los socios/lectores: “queríamos ser dueños de nuestra propia redacción, para así garantizar que la línea editorial sea independiente y no responda a intereses ocultos”. De este modo destaca la inexistencia de contratos con bancos o poderes políticos que comprometan sus contenidos, pero no establece un protocolo o límites a las fuentes de financiación publicitarias.

Por otra parte, *Infolibre* se centra en resaltar los valores cívicos e independientes de su propuesta atendiendo a las circunstancias contextuales de crisis y de dependencia de los poderes económicos y financieros que han subordinado al periodismo. A grandes rasgos su propuesta se dirige hacia un periodismo “profesional, independiente, libre, honesto y riguroso, de calidad, progresista y comprometido, participativo e internacional”. En cuanto a su sostenibilidad, indica que la participación sustancial en el accionariado de la empresa es impulsada por los propios periodistas y profesionales del medio, cuya aspiración es la sostenibilidad a través de los socios asegurando la independencia del medio de poderes económicos y empresariales. Así mismo, establecen un protocolo de financiación que sea transparente y con tarifas públicas de publicidad, rechazando subvenciones o acuerdos que comprometan sus contenidos. En cuanto a los contenidos, resalta su compromiso con la calidad y su rechazo al sensacionalismo: “Creemos en un periodismo que aporta conocimiento para contribuir a formar la opinión de sus lectores. Que busca la calidad en la forma de presentar los contenidos y que está convencido de que una ciudadanía bien informada es más libre”. También, declara un compromiso claro con el deber democrático y ciudadano desde el propio medio: “Con la democracia, con los derechos humanos y con los valores cívicos de la solidaridad, la igualdad y la libertad (...) Defenderemos el interés público por encima del privilegio y respaldaremos los derechos individuales y de las minorías cuando se vean amenazados (...) Impulsaremos las reformas que precisa el sistema democrático”. Por último, lanza un “pacto con los lectores” y publica un “Manifiesto por un periodismo independiente”, rechazando desde su proyecto los contenidos patrocinados y las noticias falsas.

Por último, CTXT resalta que su proyecto periodístico está formado por periodistas que provienen a su vez de medios informativos convencionales como *El País*, *El Mundo* y *La Repubblica*, enfatizando una búsqueda de la libertad y la independencia editorial de poderes políticos, empresariales o editoriales para asegurar su labor ciudadana y democrática: “Los fundadores de CTXT sabemos además que sin pluralidad y sin una prensa realmente libre no hay democracia. Y queremos recuperar el viejo espíritu de la prensa independiente: ser un servicio público y escribir textos irreprochables, pensados para la ciudadanía, desconfiando de las verdades oficiales y de la propaganda que pone en circulación el poder”.

#### 4. Conclusiones

Como conclusión podemos apuntar que la selección de la muestra de medios finalistas de los Premios Enfoque de Periodismo incluidos en este artículo contiene en sus estatutos y definiciones aspectos convergentes. En primer lugar, la reivindicación de otro modelo de periodismo, principalmente más conectado con los problemas colectivos de la ciudadanía, desde una información profunda y contextualizada, siguiendo las concepciones teóricas del “periodismo lento” que se refleja, por ejemplo, en el caso de la *Revista 5W*. En segundo lugar, esta reivindicación viene acompañada de una defensa de la calidad informativa que contribuya al ejercicio de una ciudadanía crítica y una sociedad democrática.

Cabe señalar que se observa como punto común entre los valores y autodefiniciones de los medios analizados la defensa de la independencia respecto a todo poder ajeno a la redacción que pueda afectar a sus decisiones periodísticas. Esta característica puede observarse, principalmente, en las relaciones que establecen este tipo de medios con las fuentes publicitarias y a través de sus diferentes modelos jurídicos, tanto en las sociedades limitadas como en las cooperativas. Por otro lado, la relación que mantienen con otras empresas o anunciantes varía según el medio. Así pues, algunos de ellos han implementado criterios de publicidad ética, donde no tienen cabida empresas denunciadas por abusos laborales y sociales, o acciones comunicativas que vulneran derechos humanos. En definitiva, la relación de estos medios con el concepto de “medios alternativos” se encuentra en la transparencia de su financiamiento, sus fuentes de ingresos, en las lógicas de participación aplicadas en su modelo empresarial, en el caso de las cooperativas, como también en la forma de enfocar sus contenidos, aunque esto último requiere de mayor profundización analítica.

#### 5. Referencias

- Arévalo Salinas, A. I., Vilar Sastre, G. y García López, M. (Eds.) (2019). *Comunicación y Cambio Social*. Madrid: Tirant Lo Blanch.
- Arévalo Salinas, A. I. (2014). Periodismo y comunicación para la paz. Indicadores y marco regulatorio. *Commons. Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 3(1), 57-87.
- Arévalo Salinas, A. I., Cabral, R., y Iranzo, A. (Eds.). (2015). *Comunicación, conflictos y cambio social*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Arévalo Salinas, A. I., Vilar Sastre, G., y Al Najjar Trujillo, T. (Eds.). (2018). *Comunicación, paz y conflictos*. Madrid: Dykinson.
- Askunze, C. (2013). Más allá del capitalismo: alternativas desde la Economía Solidaria. *Documentación social*, (168), 91-116.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2015). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: APM.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2016). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: APM.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2018). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: APM.
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. Londres: Sage.
- Bailey, O. G., Cammaert, B., y Carpentier, N. (2007). *Understanding alternative media*. Londres: McGraw-Hill Education.
- Barranquero Carretero, A., y Sánchez Moncada, M. (2018). Cooperativas de medios en España. Un periodismo emprendedor y ciudadano en tiempos de crisis. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (128), 36-58.
- Cabral, R., Arévalo Salinas, A. I., Vilar Sastre, G. y Al Najjar Trujillo, T. (Eds.) (2019). *Estudios interdisciplinarios: Paz y comunicación*. México: Universidad Estatal Paulista.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Londres: Oxford University Press.

- Crític (2020). Què és Crític. Barcelona: elcritic.cat. Recuperado de: <https://www.elcritic.cat/sobre-critic/ques-critic>
- Díaz Nosty, B. (2011). *Libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid-Cátedra Unesco de Comunicación de la Universidad de Málaga.
- El Salto (2020). Por qué hacerse socio. Recuperado de: <https://www.elsaltodiario.com/salto-de-carro/por-que-hacerse-socio-socia>
- Escolar, I. (2019). El periodismo es un servicio público: las cuentas de eldiario.es en 2018. Madrid: *eldiario.es*. Recuperado de: [https://www.eldiario.es/escolar/periodismo-servicio-publico-cuentas-eldiarioes\\_6\\_907169284.html](https://www.eldiario.es/escolar/periodismo-servicio-publico-cuentas-eldiarioes_6_907169284.html)
- Flores Pérez, C. C., Arévalo Salinas, A. I. y Barranquero Carretero, A. (Eds.). (2019). *Comunicación, cultura de paz e igualdad*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”.
- Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European journal of social theory*, 13(2), 173-192.
- Galtung, J. (2003). Peace journalism. *Media Asia*, 30(3), 177-180.
- García Santamaría, J. V. (2016). Los orígenes de la crisis de la prensa en España y las causas de su tardía transición digital. En *La pantalla insomne* (pp. 841-855). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Harcup, T. (2016). Asking the readers: Audience research into alternative journalism. *Journalism Practice*, 10(6), 680-696.
- Humanes, M. L. y Fernández Alonso, I. (2015). Pluralismo informativo y medios públicos. La involución de TVE en el contexto del cambio político (2012-2013). *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81948469016>
- Hernández Merayo, E., Robles Vilchez, M. C. y Martínez Rodríguez, J. B. (2013). Jóvenes interactivos y culturas cívicas: sentido educativo, mediático y político del 15M. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (40), 57-67.
- Kenix, L. J. (2011a). *Alternative and mainstream media: The converging spectrum*. Londres: Bloomsbury.
- Kenix, L. J. (2011b). The Future of Alternative Media? *Observatorio (OBS\*)*, 5(1), 187-214.
- La Marea (2020): ¿Qué es La Marea? Madrid: *lamarea.com*. Recuperado de: <https://www.lamarea.com/ques-la-marea/>
- Lewis, P. (1993). *Alternative media: linking global and local*. París: Unesco.
- Martínez Polo, J. y Martínez Sánchez, J. (2017). El Salto y su propuesta de periodismo cooperativo. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (15).
- Negredo, S. (2019). Cinco periódicos, tres medios nativos digitales y dos televisiones, los más visitados para informarse online. Navarra: *DigitalNewsReport.Es2019*. Recuperado de: <https://www.digitalnewsreport.es/2019/cinco-periodicos-tres-nativos-digitales-y-dos-televisiones-los-mas-visitados-para-informarse-online-en-espana/>
- Pew Research Center (2018). Hoja informativa: Actitudes con respecto a los medios informativos y a la política en España. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/global/fact-sheet/hoja-informativa-actitudes-con-respecto-a-los-medios-informativos-y-a-la-politica-en-espana/>
- Rauch, J. (2016). Are there still alternatives? Relationships between alternative media and mainstream media in a converged environment. *Sociology Compass*, 10(9), 756-767.
- Reig, R. (2015). *Crisis del sistema, crisis del periodismo: contexto estructural y deseos de cambio*. Madrid: Editorial Gedisa.
- Rius, J. C. (2015). Regeneración del Periodismo: el modelo de “Eldiario.es”. En S. Cortiñas Rovira; A. Elduque; F. Alonso Marcos y M. Darriba Zaragoza (Eds.), *Periodismo actual y futuro: investigación, docencia e innovación* (pp. 1466-1478). Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Sandoval, M., y Fuchs, C. (2009). Towards a critical theory of alternative media. *Telematics and Informatics*, 27(2), 141-150.
- Villanueva Baselga, S., Barranquero Carretero, A., y Ramos Martín, J. (2016). Los medios comunitarios, libres y ciudadanos en el Estado español. Territorios, tecnologías y valores. *Cultura, lenguaje y representación*, vol. 15, 99-118.



## ACTIVISMO LGTB EN REDES: TWITTER COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA MEMORIA PERDIDA DE UN COLECTIVO. EL CASO DE CRISTINA DOMENECH Y RAMÓN MARTÍNEZ

### *LGBTB ACTIVISM IN SOCIAL NETWORKS: TWITTER AS A MEANS OF DISSEMINATING THE LOST MEMORY OF A COMMUNITY*

**Morillo Bobi, Melania**

Universidad de Sevilla

morillobobi.melania@gmail.com

**Resumen:** Twitter como red social que es, a lo largo de su existencia ha ido creando comunidades que comparten, discuten y fomentan sus particularidades y perspectivas del mundo. Una auténtica amalgama entre la que se quiere destacar dos casos concretos pertenecientes a una comunidad tan heterogénea como puede ser el colectivo LGTB que comparten un objetivo: la recuperación de la memoria histórica del colectivo. Se tratan de Cristina Domenech y sus “señoras que se empotraron hace mucho” y Ramón Martínez con “maricones de antaño”. El objetivo de este estudio es analizar cómo se puede hacer uso de Twitter para llevar a cabo actividades cercanas al activismo con intenciones pedagógicas y cómo se crean comunidades en torno a divulgadores y personalidades generadoras de opinión.

**Palabras clave:** Activismo, LGTB, Twitter, Redes sociales, comunidades

*Abstract: Throughout its existence, Twitter -as the social network that it is- has created communities that share, discuss and promote its particularities and perspectives of the world. A pure amalgam among which two specific cases will be highlighted, both of them belonging to a community as heterogeneous as the LGBT and which share a common objective: to recover the community's historical memory. These two cases are Cristina Domenech and her Señoras que se empotraron hace mucho (“Ladies who fooled around long ago”) and Ramón Martínez with Maricones de antaño (“Fags of yore”). The aim of this study is to analyse how Twitter can be used to carry out activities close to activism with pedagogical intentions and how communities are created around disseminators and opinion-generating personalities.*

*Key words: Activism, LGTB, Twitter, Social Media, communities*

## 1. Presentación de la problemática

El presente estudio tiene como objetivo analizar el trabajo divulgativo de Ramón Martínez y Cristina Domenech, dos divulgadores del colectivo LGTB que hacen uso de su presencia y popularidad en Twitter para dar a conocer a personalidades y eventos desconocidos relativos a la historia del colectivo. Dichas personalidades y eventos han sido ignorados en la Historia debido a la constante persecución y represión que han sufrido -y sufren- todas las personas ajenas a la heteronorma. Se trata de la omisión en la inclusión de la Historia universal de multitud de figuras históricas, de hitos de diversa relevancia para el colectivo. La labor de estos dos divulgadores consiste en acercar esas historias, vidas y obras mediante divertidos “hilos” de Twitter donde se contextualiza, narra y explica la importancia que tuvieron dentro de su momento histórico.

Para realizar este estudio, primero se explicará qué es Twitter, cuáles son sus características y funcionamiento básico, así como las herramientas de las que dota esta red social para llevar a cabo labores divulgativas y académicas. Además, será importante comprender el concepto de comunidad, entendida como comunidad imaginada según la definición de Benedict Anderson, en esta red social y el rol de Twitter como generador de comunidades. En segundo lugar, se pasará a hablar del activismo en el colectivo LGTB y el concepto de visibilidad. Consecutivamente se hará un breve repaso a los distintos tipos de activismo en redes y los diferentes roles y modos de influencia que se puede ejercer en ellas. Por último, se realizará un análisis comparativo de ambos perfiles: seguidores, actividad, lenguaje utilizado...para extraer sus similitudes y diferencias. De igual manera, se escogerá un “hilo” de cada uno de los usuarios con el objetivo de describirlos y descubrir qué puntos tienen en común y qué aportan a la memoria histórica del colectivo.

## 2. Twitter como herramienta divulgativa

### 2.1 ¿Qué es Twitter?

Twitter es una red social que nació en marzo de 2006<sup>28</sup> de la mano de Jack Dorsey para un proyecto de investigación. En 2009 su popularidad se afianzó, sufriendo un gran crecimiento que ha provocado que se haya mantenido en el tiempo, tanto que se ha convertido en un referente de lo que se conoce como microblogging. El microblogging se puede definir como un tipo de blog o página de web de Internet pensado para las comunicaciones cortas e instantáneas de mensajes que utilizan alrededor de 200 caracteres. Según Daniel Nations, en un artículo para Lifewire, una web experta en tecnología y contenido digital, el microblogging consiste en lo siguiente: “microblogging is a combination of blogging and instant messaging that allows users to create short messages to be posted and shared with an audience online”. (Nations, D. 2019).

Estos mensajes cortos pueden ser de diferentes maneras y pueden contener no solo texto, sino imágenes vídeos, audios e hipervínculos que los enriquezcan. Responden a una tendencia surgida hacia el final de la era 2.0 de la web en la que las herramientas de blogging han buscado una manera más sencilla, rápida y accesible para comunicar sobre diferentes temas, ya sean cosas informales o información relevante que haya de compartirse (Nations, D. 2019).

Con el paso del tiempo, Twitter ha ido creciendo e instaurando una nueva manera de comunicarnos en red. Es difícil no encontrar marcas corporativas, medios de comunicación, personalidades y celebridades, artistas...que no posean un perfil. De acuerdo con el estudio realizado por las empresas We are Social y Hootsuite en enero de 2019, Twitter cuenta con más de 326 millones de usuarios activos en un mes, la mayoría en un rango de edad de 25 a 34 años.

### 2.2 ¿Cuáles son los usos de twitter?

En un inicio, la mayoría de los usuarios contestaban a la pregunta ¿Qué estás haciendo hoy?, predeterminada por el propio Twitter para que se inicie una conversación. En estos primeros años, los usuarios hacían uso de la plataforma para dar opinión acerca de diversos temas, utilizando respuestas individuales, pero con el tiempo, ha ido derivando su utilidad. Los usos y herramientas que ofrece esta red social se han multiplicado desde la creación de los primeros tweets.

Synergy<sup>29</sup>, una agencia especializada en marketing digital identifica cinco usos comunes que los usuarios hacen actualmente de Twitter: información en tiempo real, enlaces a sitios de interés, búsqueda de trabajo, recomendaciones y seguimiento de eventos en directo. La información en tiempo real está referida a todo

28 Fuente: <https://hipertextual.com/archivo/2011/03/historia-twitter/> (consultado en septiembre de 2019)

29 <https://www.synergyweb.es/blog/que-es-twitter-5-principales-usos/> (consulta realizada en septiembre de 2019)

acontecimiento que genere interés en un usuario, desde un proceso político a un accidente o situación anecdótica. Los enlaces a sitios de interés normalmente se concentran en círculos de personas concretas, usualmente generadoras de opinión, que enlazan la información que posee con aquella que hacen llegar al mundo. Estas personalidades suelen tener una gran presencia en redes, con miles de seguidores y una capacidad de alcance mucho mayor que las cuentas del resto de los usuarios. Las herramientas de búsqueda de trabajo tienen varias vertientes, siendo las más comunes mostrar el CV para captar la atención de posibles empleadores o hacer uso de hashtags y palabras clave concretas para afinar la búsqueda de lo que se quiere conseguir. En cuanto a las recomendaciones, existen varios tipos también, aunque nos interesa la figura del experto. La figura del experto también se puede considerar como perfil generador de opinión, solo que en este caso están definidos por su actividad profesional. A través de lo que comparten en redes sociales demuestran sus conocimientos sobre un tema en concreto, por ejemplo, cine. Esto genera que usuarios que quieran saber sobre cine le sigan y hagan de sus comentarios un filtro para saber qué película escoger a la hora de ir al cine. Por último, los eventos en directo, que pueden ser tanto para seguirlos por herramientas externas que permitan la conexión de lo que está sucediendo en directo como para seguirlo mediante hashtags para recopilar la información de lo que está ocurriendo. Se puede ejemplificar con la gala de los Oscar, momento en el que se genera mucha audiencia social y en el que se pueden seguir extractos de la gala, como la alfombra roja, en riguroso directo por la red social.

Otros usos que se pueden extraer mediante la observación de la tweetsfera son: diario personal, foro de discusión y opinión acerca de productos culturales -principalmente series de televisión-, escaparate de marketing para diversas marcas, portal de información e incluso como método de divulgación. Será este último uso por el que se interesa este estudio, entendiendo la divulgación como un método de activismo.

### 2.3 twitter como herramienta para crear comunidades

#### 2.3.A. Comunidades en torno a cuentas

Al hablar de Twitter como red social también se habla como espacio generador de comunidad, o lo que es lo mismo, Twitter como herramienta que permite, a través de la sociabilización de los usuarios, que se creen grupos afianzados que den lugar a comunidades. Esto se consigue mediante la información compartida; las redes de apoyo que se crean, normalmente entre los que se siguen entre sí, y los temas e intereses que tienen en común. Todo ello unido a un código visual propio -el de los memes- y un lenguaje concreto que va más allá de las palabras propias asociadas a su uso. Twitter pasa de ser una red social de uso individual a ser el medio por el que se da lugar al “sentimiento de comunidad”.

En el estudio sobre Twitter realizado por A. Gruz, B. Wellman y Y. Takhteyev se define a esta sensación de comunidad como comunidad imaginada, utilizando la definición que el sociólogo Benedict Anderson acuñó en 1983 para referirse a los orígenes y difusión de los nacionalismos. En el análisis de esta comunidad imaginada, los investigadores se centraron en la red de conexiones creada alrededor de uno de los investigadores del estudio, Barry Wellman. De acuerdo con esta investigación, las formas que tiene Twitter de crear comunidad es mediante la figura de los high centers, es decir, cuentas especialmente llamativas que atraen a un gran número de seguidores. Estos high centers pueden ser individuos, celebridades u organizaciones. No se trata de algo exclusivo de grandes cuentas, sino que personas con poca popularidad también pueden ser high centers en una red creada entre mutuales<sup>30</sup> (Gruz, Wellman, & Takhteyev, 2011). Para Según Gruz, Wellman y Takhteyev, los high centers tienen la particularidad de servir de enlace entre varias personas. En una red personal, por ejemplo, un high center es quien aparece repetidamente en la timeline -es decir, los tweets de las personas que sigues- de dos cuentas diferentes en un corto espacio de tiempo. Acerca posturas y atrae a gente muy diversa, ya sea compartiendo información o interactuando entre ellas. En el texto anteriormente mencionado se define de la siguiente manera: “because tweeps with high betweenness centrality link different social circles, they play a critical role in community building and information gatekeeping on Twitter” (Gruz, Wellman, & Takhteyev, 2011).

Si partimos de esta noción de high centers se puede comprender el porqué de la popularidad e impacto de Cristina Domenech y Ramón Martínez. De acuerdo con Gruz, Wellman, & Takhteyev, 2011: “Therefore, Twitter is a good case to understand how people integrate information and communication technologies (ICTs) to form new social connections or maintain existing ones”. Ambos funcionan como núcleos de información sobre un tema en concreto, que llama la atención y que crea, a su alrededor, una sensación de comunidad que interactúa entre sí por uno o varios motivos. Algunos de estos pueden ser el interés por

<sup>30</sup> Mutua en la jerga de Twitter se refiere a personas que se siguen entre sí.

conocer personajes históricos LGTB, encontrar a otras personas pertenecientes al colectivo que compartan dicho interés o el acceso a una información que se considera divertida y educativa.

Las comunidades, por tanto, se pueden generar en torno a una cuenta de Twitter en concreto. Los high centers dan lugar a conversaciones que fomentan el intercambio de información y el debate entre sus propios seguidores, quienes adquieren un sentido de pertenencia al compartir una serie de intereses y motivaciones que van en consonancia con lo que la cuenta publica.

### 2.3.B. Comunidades en torno al sentido de comunidad

Otra perspectiva desde la que se puede entender Twitter como comunidad es la perspectiva de McMillan y Chavis y su sentido de la comunidad. Ambos autores en su trabajo *Sense of community: A definition and theory* establecen una serie de pautas por las que las personas pueden llegar a tener la noción de participación en un grupo y formar así una comunidad propia. La primera sería el sentido de pertenencia o afiliación, el cual se consigue mediante un sentimiento compartido de afinidad personal. La segunda es la influencia, o más bien, la necesidad de importar, de marcar la diferencia dentro de un grupo y de la importancia de este para sus miembros. La tercera está relacionada con la integración en el grupo y el cumplimiento de las necesidades. Estas necesidades se consiguen a través de la pertenencia al grupo, gracias a los recursos que este posee. La última es la conexión emocional compartida, el compromiso y la creencia que los miembros han compartido y compartir historias, lugares comunes, tiempo juntos y experiencias similares. (McMillan & Chavis, p.8, 1986)

#### A. Afiliación

McMillan y Chavis consideran que para que una persona se crea parte de una comunidad, el proceso de afiliación es importante. La afiliación tiene cinco atributos: límites, seguridad emocional, sensación de pertenencia e identificación, implicación personal y un sistema de símbolos comunes<sup>31</sup>. Pero ¿cómo vemos esto en Twitter?

##### A.1. Límites

Respecto a los límites o fronteras, en el caso de Twitter es sencillo determinar quién pertenece o quién no a esta comunidad. Aquellos que tienen un perfil y son activos y toman parte en las conversaciones sí pueden desarrollar sensación de comunidad, mientras aquellos que no poseen una cuenta o la tienen, pero no la usan, no. También se puede considerar límites las “fronteras” existentes en la relación asimétrica de quién sigues y quiénes te siguen. Un usuario del tipo high center elige a quién sigue por una serie de razones, permitiendo que esa persona entre en su círculo más cercano. O visto desde otra perspectiva, una serie de seguidores que comparten interés en las cosas de las que habla un usuario hará que este tenga más facilidad en la interacción con estas personas determinadas, excluyendo así a otros seguidores con los que no mantiene ese tema de conversación. Esto se puede conseguir debido a un tema concreto muy especializado -una anécdota personal, un tema que exige de expertos...- o mediante el uso de unos hashtags concretos que surgen de manera espontánea y conducen la conversación hacia un nicho determinado de usuarios. Esta manera de interactuar en Twitter, llevada a un grupo más macro, influye en cuáles son o dejan de ser los temas del momento, que a su vez generan una serie de tendencias. Las tendencias son un conjunto de temas y tópicos que los usuarios de Twitter generan mediante el uso que hacen de la red social. Marcan los límites sobre lo que está de moda y lo que no.

Otra manera de establecer afiliación en la plataforma es con los retweet, es decir, colocar en tu propia cuenta los mensajes de otras personas. Se puede hacer tal cual o citándolo con algún mensaje o imagen. Sirve de vehículo para mostrar tu opinión a favor o en contra de lo que cuenta, alertando además a tus propios seguidores de cuál es tu posicionamiento en el tema. Esto reafirma el sentimiento de grupo cuando el feedback es positivo. Delimita, por tanto, la opinión generalizada de los círculos de conexión que se forman entre una serie de personas en Twitter, dando paso a posibles discusiones entre los miembros o reforzando qué postura tomar respecto a ello. ¿Qué se entiende como círculos de conexión? Una persona tiene su cuenta de Twitter, es activa y suele utilizarla con regularidad. Eso ya la hace ser parte de la macro comunidad que supone la red social. Luego, en su uso e interacciones, realizará un filtro de círculos más pequeños con los

31 En original: boundaries, emotional safety, a sense of belonging and identification, personal investment, and a common symbol system (McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1996). *Sense of Community: A Definition and Theory. Journal of Community Psychology, volumen 14, 6-23*)

que interactuará por diversos motivos: conexión personal, conocimientos de un tema en concreto, afinidad de opiniones...cerrando así su “círculo” entre unos cuantos usuarios, dando forma a grupos concretos.

### A.2. Seguridad emocional

En cuanto a la seguridad emocional, McMillan y Chavis la consideran “as part of the broader notion of security” (McMillan & Chavis, p.10, 1986). Aplicar esto a la era de los denominados trolls y haters de Internet puede considerarse arriesgado, pero si lo miramos desde otra perspectiva sí se entiende por qué se puede hablar noción de seguridad y seguridad emocional. Por un lado, está el anonimato o, mejor dicho, la posibilidad de crear un perfil sin necesidad de dar datos personales ni foto identificativa, que en el caso que compete esta investigación a veces es esencial para que una persona pueda expresarse y/o interesarse por la Historia LGTB, algo que fuera de la red podría resultar prácticamente imposible. Por otro lado, están las personas que conforman el círculo de seguidores concretos, quienes permiten que esa expresión e interés no sea juzgada ni mal vista, lo que hace que el usuario pueda sentirse seguro a la hora de comunicarse con los demás. McMillan y Chavis (1986) definen de la siguiente manera el sentimiento de pertenencia e identificación:

The sense of belonging and identification involves the feeling, belief, and expectation that one fits in the group and has a place there, a feeling of acceptance by the group, and a willingness to sacrifice for the group. The role of identification must be emphasized here. It may be represented in the reciprocal statements ‘It is my group’ and ‘I am part of the group’. (p. 10)

Para las personas que no pertenecen a la heteronorma, encontrar a gente similar a sí es un método para asimilar y combatir problemáticas como la homofobia interiorizada o la disforia, ya que les da la oportunidad de encontrar iguales con los que comparten rasgos, inclinaciones, ideología... les permite realizar comparativas de esas experiencias y encontrar referentes a los que considerar su igual. Esta búsqueda de referentes cercanos puede ser muy complicada en según qué circunstancias, por lo que las redes sociales son una vía perfecta para poder encontrar personas con las que normalmente no se tendría acceso. Una persona que crea un círculo LGTB en su perfil de Twitter se siente parte del colectivo y, sobre todo, la hacen ser parte. Al hacerlo se da además un proceso de implicación personal, clave para sentirse parte de la comunidad (McMillan & Chavis, p.10, 1986).

### A.3. Símbolos comunes

El sistema de símbolos comunes se entiende por “several important functions in creating and maintaining sense of community, one of which is to maintain group boundaries” (McMillan & Chavis, p. 10, 1986). Si se aplica al tema de esta investigación, la herramienta fundamental para crear y mantener en sentido de comunidad es el sistema de etiquetas que se usan en esta red social, los denominados los hashtags. Estos son usados de manera muy específica por ambos divulgadores. Sus seguidores saben que estos son fundamentales para comunicarse el grupo entre sí, por lo que usados solamente para referirse a ellos o para buscar información acerca de ellos. Marcan la frontera con otro tipo de temas, delimitan quienes son parte o no de la conversación y además ayuda a mantener el sentido de comunidad porque son parte de círculos concretos de Twitter.

### B. Influencia

En el caso de comunidad, nos interesa la influencia porque esta ayuda a crear cohesión de grupo. Según McMillan y Chavis (1986), esto así es así porque:

1. Members are more attracted to a community in which they feel that they are influential.
2. There is a significant positive relationship between cohesiveness and a community’s influence on its members to conform. Thus, both conformity and community influence on members indicate the strength of the bond.
3. The pressure for conformity and uniformity comes from the needs of the individual and the community for consensual validation. Thus, conformity serves as a force for closeness as well as an indicator of cohesiveness.
4. Influence of a member on the community and influence of the community on a member operate concurrently, and one might expect to see the force of both operating simultaneously in a tightly knit community. (p.12)

La influencia en Twitter es difícil de medir y de categorizar. Se puede considerar que alguien es influyente cuando su contenido se viraliza o tiene muchos seguidores, pero no tiene por qué ser así. En el estudio *In the mood for being influential on Twitter* (Quercia et al., 2011) se identifican cinco tipos de usuarios que se dan en Twitter: popular, quienes tienen muchos seguidores, influential, quienes tienen mayor índice de impacto y lectura, listener, quienes siguen a mucha gente, star, quienes son seguidos por muchos y sigue a muy pocos y highly read, quienes aparecen con mayor frecuencia en las listas personalizadas de Twitter para ser leídos por el resto de los usuarios. Para los concernientes en este estudio, nos interesa los influential y star, ya que son el tipo de perfil que encajaría con las cuentas de Cristina Domenech y Ramón Martínez, aunque esto se desarrollará más tarde.

### *C. Reforzamiento*

Se entiende como reforzamiento la integración y cumplimiento de necesidades (McMillan & Chavis, 1986). Se trata de un punto importante para mantener emociones positivas como la unidad dentro de un grupo, recompensando a los miembros individuales de este. Uno de los conceptos fundamentales del reforzamiento de la comunidad es el de los valores compartidos. Cuando sus miembros comparten valores, encuentran necesidades similares, prioridades y metas, surge la creencia de que si se unen dicha unidad será positiva para satisfacer dichas necesidades.

En Twitter, la delimitación y elección de los temas a seguir, la esfera y redes de seguidos/seguidores se hace con el objetivo de crear un entorno ideológico donde el usuario se sienta cómodo.

### *D. Conexión emocional*

La conexión emocional es fundamental para la creación de un sentimiento de pertenencia y un sentido de comunidad. De acuerdo con McMillan y Chavis, una conexión emocional compartida se basa, en parte, en una historia compartida. No es necesario que los miembros del grupo hayan sido partícipes, basta con que se identifiquen con ella. (McMillan & Chavis, p. 13, 1986).

En Twitter ocurre que se puede ser parte sin la obligación de comentarlo todo. Se puede ser testigo de una historia compartida, aun no viviendo en primera persona dicha historia. Como por ejemplo la mencionada Primavera Árabe. Miles de personas seguían la revolución en riguroso directo, sintiéndose parte de lo que estaba ocurriendo, pese a no estar presente. Lo mismo se puede extrapolar al caso que compete esta investigación.

Los usuarios LGTB de Twitter se sienten parte de un todo, de un colectivo. Comparten una serie de conexiones emocionales, las cuales son esenciales para su desarrollo y para crear el sentido de comunidad entre ellos. Pueden no haber sido partícipes de los eventos históricos que definen la historia del colectivo, véase los disturbios de Stonewall o las primeras manifestaciones de 1978<sup>32</sup>, pero sienten que estos hechos son parte de su historia personal. Es un modo de acceso que permite graduar la implicación en él.

Por eso cuando hay algún suceso concerniente al colectivo, se crean redes de apoyo y las conexiones emocionales se extienden. Véase lo sucedido con la campaña #MeQueer, una iniciativa nacida del movimiento #MeToo, la cual sirvió para denunciar los casos de abusos y discriminación hacia mujeres. Con la etiqueta #MeQueer, Twitter se inundó de mensajes de miles de personas que contaban su experiencia como personas no heteronormativas, provocando una oleada de denuncias públicas de acoso y discriminación. Se trató de una forma de poner la historia de todos en común, una historia que se entiende por compartida, aunque no todos hayan sido partícipes activos de las diferentes experiencias individuales.

Clay Shirky, escritor experto en el impacto en redes sociales asevera que parte del éxito de Twitter proviene de la afectividad, porque resulta más efectivo como medio emocional que como medio meramente emocional. Esto se debe, en parte, a la rapidez de los mensajes y la prontitud con la que estos calan en la audiencia. A medida que un medio se vuelve más inmediato, mayor implicación tenemos porque sentimos más rápido de lo que somos capaces de pensar. Esto, unido a que Twitter es un medio mucho más personal que otros porque leemos a gente en su día a día, nos hace empatizar. Nos hace ser parte de él. (Shirky, 2009)

<sup>32</sup> Los disturbios de Stonewall fueron unas manifestaciones y protestas violentas contra las redadas policiales que tuvieron lugar en un pub de Nueva York, el Stonewall Inn. Tuvieron lugar el 28 de junio de 1969 y supusieron el inicio de una nueva ola en movimientos pro LGTB en el mundo occidental.

### 3. Colectivo lgtb y activismo

El colectivo LGTB hace referencia a las personas cuya orientación y/o identidad sexual no se corresponde con el sistema cisheteronormativo. O lo que es lo mismo, es la manera de referirnos a gays, lesbianas, transexuales, bisexuales y otras minorías sexuales e identitarias. Lambda Legal<sup>33</sup> (2013), en una de sus guías dedicadas a la juventud LGTB, define al colectivo de la siguiente manera:

En años recientes las iniciales LGBT se han utilizado para denominar de forma inclusiva a todos los individuos y a las comunidades que se identifican como lesbianas, gay, bisexuales o transgénero o aquellos/as que tienen dudas acerca su sexualidad y/o identidad de género.

De acuerdo con esta organización, no existe una manera concreta y correcta de usar las siglas e incluso a lo largo de la Historia se han ido añadiendo más definiciones y orientaciones que antes no se contemplaban. Se añade, además, que en algunos países el colectivo LGTB es conocido como “minorías sexuales”, término al que también se hace referencia en España.

Cuando nos referimos a colectivo, lo hacemos de una manera generalista, aunque lo más adecuado sería hablar de ellos en plural. Las agrupaciones, asociaciones, federaciones...son las que otorgan este pluralismo, ya que cada una tiene una manera de operar y entender las cuestiones concernientes a lo LGTB. Estas cuestiones están legitimadas por el activismo, el cual es principal productor de discurso social (Eguix Grau, 2016), aunque no el único.

En su trabajo sobre la construcción de una esfera LGTB en España, Begonya Enguix Grau define a esta unión de colectivos como esfera porque lo LGTB está dotado de una configuración compleja y dinámica, que incluso excede las legitimaciones del activismo y que incluye diversas acciones y elementos diferentes. Estos son, según indica en dicha investigación, los siguientes: prácticas digitales -páginas web de grupos activistas, de entretenimiento, de noticias...relacionadas con las identidades LGTB-, grupos sociales -desde asociaciones, secciones en partidos políticos a sindicatos, empresas...-, espacios físicos -sedes de asociaciones, por ejemplo-, lugares de reunión -bares, discotecas...- y acciones colectivas y conmemorativas -como la celebración del día del Orgullo-. (Enguix Grau, 2016). Todas estas prácticas tienen en común una cosa, la lucha por la visibilidad. La raíz por esta lucha está en el activismo y en el compartir experiencias.

Esta raíz nace del vínculo que se crea entre las diferentes partes de la esfera, el sentimiento de comunidad, la opinión pública y su posterior elaboración de un conocimiento compartido fundamentado que da lugar a la construcción de una identidad colectiva y esta identidad colectiva da pie al activismo. En el caso de la esfera LGTB, este activismo ha hecho posible la construcción de la visibilidad social presente tanto en la acción como en el discurso. La visibilidad funciona de dos maneras, por un lado, refuerza la idea de no pertenencia a la heteronorma y su consecuente reivindicación de su espacio fuera de ella, y por otro ayuda al sentimiento de comunidad, ya que provoca una ilusión de homogeneidad e identificación entre sus miembros (Enguix Grau, 2016).

Esta reafirmación de la comunidad también está sostenida en la lucha contra la homofobia -o LGTBfobia-. Enguix Grau lo explica diciendo “la visibilidad y las comunidades autodefinidas no solo son el resultado de la agencia, sino que también son resultado de procesos de categorización y control social” y añade más adelante que la homofobia “ha sido y es un medio importante de control de lo que se califica en algunos contextos como ‘desviación’ social y es fundamental para la constitución y visibilización de las personas y comunidades LGTB” (Enguix Grau, 2016)

El activismo se ha convertido, por tanto, en un aspecto fundamental para mantener la lucha por la visibilidad, es decir, por aquello que hace que las personas LGTB existan en todos los ámbitos, desde el social al jurídico. Este ha ido evolucionando con el tiempo, en parte por su aceptación e inclusión en la sociedad moderna. El que se produce en redes es consecuencia de dos cosas: el activismo nacido en la tercera generación de activismo político LGTB y el activismo que ha surgido en Internet en la última dos décadas. Cuando nos referimos a tercera generación lo hacemos basándonos en la clasificación que Enguix Grau realiza en su estudio *Identities, sexualities and commemorations: pride parades, public space and sexual dissidence*. En este estudio se hace la siguiente división: una primera oleada, que surge con el Scientific - Humanitarian Committee de Magnus Hirschfeld en 1897, cuyo fin llegaría con el alzamiento de la Alemania Nazi. La segunda nacería en 1951 y sería conocida como “movimiento homófilo”, caracterizada por posiciones asimilacionistas y por ser contraria a la cultura de los bares de ambiente. La tercera generación es

<sup>33</sup> Lambda Legal es la organización sobre derechos LGTB+ más grande y antigua de Estados Unidos y una de las más importantes en el mundo. Su trabajo es asesorar y representar a personas del colectivo, sobre todo en el ámbito legal, independientemente de sus recursos. Está en activo desde 1973. (<https://www.lambdalegal.org>, consultada en septiembre de 2019)

la del Frente de Liberación Gay. Su origen fueron las revueltas ocasionadas después de los disturbios de Stonewall, los cuales provocaron una respuesta contra la opresión en numerosos países de occidentes. (Enguix Grau, 2009)

El movimiento activista y reivindicativo LGTB de hoy día surge de este último, aunque también es una derivación de la evolución de este. En un inicio, la lucha se centraba en el ámbito más legal, sobre todo por las leyes opresivas existentes, para después evolucionar y tener como objetivo la esfera social. En el momento en el que la percepción negativa de la sociedad toma protagonismo en el movimiento, nacen las primeras problemáticas respecto a la mala imagen del colectivo en plena crisis del VIH. En aras de hacer aceptable la homosexualidad en Estados Unidos surge en 1989 un texto que resulta rompedor y polémico en su contexto: *After the Ball: How America Will Conquer its Fear and Hatred of Gays in the 90s*, editado por Marshall De Bruhl y escrito por Marshall Kirk y Hunter Madser. (Castells Andrade, 2016)

En dicho escrito se dan una serie de pautas para normalizar al colectivo, con el objetivo de que este gane popularidad positiva y se aleje de la concepción peligrosa que los rodea. De entre alguna de estas pautas se quieren destacar dos que resultan vinculantes con esta investigación: la de incentivar a las personas públicas a llevar su sexualidad abiertamente, y la de dar protagonismo a personajes homosexuales de la historia para ponerlos en valor y asociar grandeza con el colectivo. Se destacan porque parte del activismo que se da hoy en día se sostiene en la necesidad de referentes públicos que den un paso al frente y en sacar del olvido a grandes personalidades que podrían ser importantes para el colectivo. El activismo LGTB realizado mediante la divulgación en redes, que es al que hace referencia este trabajo, bebe directamente de estas ideas y se puede enmarcar dentro de la tercera ola, ya que esta se caracteriza por la lucha por la visibilidad, la búsqueda de los derechos civiles y la creación de un frente unitario.

#### 4. Estudio de caso

##### 4.1 ¿Cómo son los perfiles de Twitter analizados? ¿A qué roles responden?

Antes de comenzar el análisis de los contenidos de los perfiles de Twitter de Cristina Domenech y Ramón Martínez es necesario hacer un análisis global de lo que se puede ver en cada uno.

Empezando por Cristina, podemos observar que tiene 30'8 mil seguidores -según la última comprobación en septiembre de 2019- y sigue a 108 personas. Según su capacidad de influencia y de acuerdo con la categorización que se utiliza en el estudio *In the mood for being influential on Twitte* (Quercia et al., 2011), su perfil en Twitter responde a un perfil estrella<sup>34</sup>, es decir, es seguida por muchos, pero sigue a pocos y su capacidad de atraer gente es bastante amplia. También se trata de una usuaria catalizadora de discusiones, terminología empleada por Gleave, Welser, Lento y Smith (2009) en *A conceptual and operational definition of 'social role' in online community*.

En este estudio se hacen una diferenciación entre tres tipos de usuarios que se pueden encontrar en páginas como Wikipedia o Usenet: quienes contestan, quienes discuten y quienes comienzan las discusiones<sup>35</sup>. Los primeros están definidos de la siguiente manera: "these Answer People provide the bulk of the content in these newsgroups by responding to dozens of questions a day [...]".(Gleave, Welser, Lento y Smith, 2009) Son perfiles activos, suelen ser muy proclives a ayudar en dudas técnicas y poseen un alto ratio de respuestas en su comunidad. Esto llevado a Twitter nos da el perfil del usuario que comenta en todo aquello que considera de su interés, y que resuelve dudas concernientes al uso de la red social.

El segundo tipo de usuario está caracterizado por sus discusiones con el resto de la comunidad, siendo parte de largas conversaciones. Además, su rol social está caracterizado por ser la fuente de la mayoría del contenido del que se habla. Se diferencia del anterior porque mientras que el que contesta lo hace a cosas concretas o comienza las discusiones, los discutidores aprovechan la reciprocidad para dar paso a más participantes en los hilos, alargándolos y creando una conversación más que una serie de respuestas concretas. (Gleave, Welser, Lento y Smith, 2009)

El tercer tipo es el catalizador de discusiones. Es considerado como el iniciador de conversaciones, utilizando nuevos hilos con fuentes externas de información y posteándolo para generar un tema nuevo. A diferencia del tipo anterior, el catalizador da lugar a mensajes que son la base de lo que generará después para que haya una discusión. (Gleave, Welser, Lento & Smith, 2009).

34 Star en el original

35 Answer person, Discussion person y Discussion catalyst en el original.

Aunque pueda parecer que solo se pueden aplicar a los foros o páginas del tipo anteriormente mencionados, estos roles sociales también aparecen en Twitter. Está el usuario que se dedica tan solo a responder e interactuar cuando quiere resolver una duda ajena o dar una opinión concreta, el que participa activamente en diferentes temas de discusión y da lugar a que más gente se incluya en él, y el que inicia los temas de discusión y ofrece otro tipo de contenido. En el caso de Cristina, ella comienza los hilos y, a partir de ahí, sus seguidores comienzan a hablar de él, comentándolo y dándole difusión. Cristina además de tener un perfil catalizador, también es un perfil high center. Tal y como se pudo leer con anterioridad, los perfiles de este tipo son los que atraen a su alrededor a grupos homogéneos de personas y fomentan la interacción entre ellos dando lugar a pequeños círculos que interactúan entre sí. Esto se puede comprobar cuando Cristina hace un hilo, ya que son numerosas las cuentas que comentan y, además, llaman a otras para hacerlas partícipes del tema que se esté tratando en el momento.

Además de su rol y su modo de influencia, cabe destacar del perfil de Cristina que es un perfil de carácter personal. Está repleto de opiniones, interacciones con amigos, anécdotas de su día a día... Sus temas de interés están divididos por tres grandes ramas: cultura popular, asuntos relacionados con lo LGTB, y la literatura. Tiene una fotografía en clave humorística, un @ poco identificativo y en su información personal solo tiene su Patreon<sup>36</sup> y e-mail profesional. Tiene como destacado un momento para acceder a sus hilos de Señoras que se empotraron hace mucho. Dichos hilos comenzaron, de acuerdo con lo que ella misma publica, de manera casual en marzo de 2018. Nunca fue su intención que se viralizaran, ni atraer a tantos seguidores -20 mil en apenas unos días-. Asegura que los divulga por el afán de enseñar y ofrecer referentes históricos reales<sup>37</sup>.

La misma intencionalidad tenía Ramón Martínez cuando en marzo de 2018 publicó un hilo sobre el lugar donde vivió Federico García Lorca en Madrid. Lo hizo para mostrar al mundo un pequeño retazo de la vida del celebrado poeta, un retazo olvidado y enterrado que quiso recuperar para contar una historia curiosa a sus seguidores. Aquello daría pie a sus hilos de Maricones de antaño, una recopilación, en su mayoría, de vidas y obras de hombres gays españoles que existieron en algún momento de la historia.

Al contrario que Cristina, que no buscaba que llegase a tanta gente, Ramón sí ha buscado desde el principio que su trabajo en Twitter sea divulgativo. Él mismo lo dice en su perfil de Twitter, el cual se aleja de lo más puramente personal para ser algo de carácter público. Repleto de opiniones personales y políticas, la mayoría relacionadas con su trabajo en el PSOE, el perfil de Ramón corresponde al perfil del político moderno.

Con 12'9 mil seguidores y 1883 seguidos -según se comprobó en septiembre de 2019-, el suyo es un perfil de estrella según la categorización que se ha usado anteriormente basada en el estudio de In the mood for being influential on Twitter (Quercia et al. 2011), ya que le sigue más gente de la que él sigue, siendo esta una relación asimétrica entre ambos datos. De manera habitual participa activamente en los temas de actualidad que le interesan -política nacional, problemáticas LGTB, literatura-, llevando él las discusiones y siendo parte de otras ya creadas. Su rol es, de acuerdo con la taxonomía anteriormente mencionada -la que divide a los usuarios entre los que responden, discuten y cataliza-, la de una persona que se suma a las discusiones, pero que también las inicia de cuando en cuando. En cuanto a su presencia como creador de comunidades, su perfil también reúne las características necesarias para ser considerado un perfil high center, aunque de una manera más política y menos informal que el caso anterior.

Perfil <sup>38</sup>	Tipo	Generador de opinión	Rol	Influencia	Interacciones	Intereses	Intención divulgativa
Cristina	Personal	Sí, perfil <i>high center</i>	Catalizadora	Estrella	Escasas fuera de su círculo conocido	Literatura, LGTB, cultura popular	Sí, aunque no desde un principio
Ramón	Público	Sí, perfil <i>high center</i>	Suma a las discusiones, también las inicia	Estrella	Múltiples, participa a menudo en diversos temas	Política nacional, LGTB, literatura	Sí, estrategia pensada desde el inicio

Con fotografía más profesional, una información personal detallada sobre sus intereses e ideología y el contacto a su página web, el perfil de Ramón es más público que personal. Su @ también es más

36 Web de micromecenazgo ideada para ofrecer contenido concreto a cambio de una suscripción.

37 Más información: <https://www.patreon.com/cristinadomenech> (consultado en octubre de 2019)

38 Resumen de los perfiles. Elaboración propia.

identificable. Se declara, además, activista desde un primer momento, tal y como se puede leer en su blog. Es por este motivo que inicia su saga de Maricones de antaño después de que la historia de Lorca funcionara. Estos hilos también los tiene fijados en su perfil mediante un momento de Twitter.

En los dos perfiles se dan las distintas etapas para desarrollar la sensación de comunidad. Al concentrar tantos seguidores, ambos consiguen que estos tengan cierto sentido de afiliación. Los límites de esta afiliación están marcados justamente en la relación que surge del seguimiento o no la cuenta -e incluso de los hashtags concretos, en el caso de las listas-, la seguridad emocional en la posibilidad de interactuar con gente que comparte el interés por las historias que se narran en los hilos y el compartir símbolos comunes en las bromas internas y vocabulario concreto que usan los dos divulgadores para referirse a sus seguidores. Respecto a la influencia, tanto Cristina como Ramón ejercen ese rol de influenciadores -más bien, generadores de opinión- que ayudan a que el resto se sienta atraído por lo que tienen que contar. Mediante el humor y la cercanía consiguen que el grueso de gente que llega a los hilos se quede y, gracias al sistema de respuestas y me gusta, logran hacerlo partícipe. De aquí nace también el reforzamiento y la conexión emocional. Esto se da en un nivel micro y tan solo con unos cuantos seguidores; a nivel macro la sensación de comunidad se ha dado gracias a las prácticas digitales de activistas que han logrado que numerosos usuarios se sientan parte de un todo creando círculos de personas LGTB con las que compartir experiencias.

En cuanto al activismo empleado por ambos divulgadores, se pueden reconocer varias características de la tercera ola anteriormente mencionada ya que su objetivo es la esfera social aun sin dejar de lado aspectos legales que reivindicar. Es un tipo de activismo que se realiza fuera del concepto del presencial, aunque no lo deja de lado. En las dos cuentas se habla a menudo de las manifestaciones del orgullo, de mesas redondas especializadas en el tema...pero su fuerza de trabajo no está ahí, sino en la capacidad de utilizar las redes con intenciones pedagógicas. Esto significa que, aunque su nicho sea muy concreto, el público potencial al que llegan sea muy amplio y la intención es educar acerca de las problemáticas del colectivo, en este caso la recuperación de memoria histórica para tejer una historia compartida. Se le podría calificar de pasivo, al generar la conversación de manera unidireccional a pesar de que luego se dé lugar a discusiones sobre los hilos. También se podría calificar de activismo cultural, pues el objetivo principal es atraer y concienciar sobre personajes históricos, ampliando así la mirada acerca de la cuestión cultural de la sexualidad y la omisión de esta a lo largo de los siglos. Es un activismo que tiene como objetivo reescribir la Historia presente para lograr rescatar referentes públicos.

#### 4.2 Análisis de los hilos

##### *#Señoras que se empotraron hace mucho*

En este estudio de caso se ha escogido uno de los hilos más populares de cuantos ha hecho Cristina Domenech dentro de sus *#Señorasquesempotraronhacemuch*: el de Madame Maupin. Madame Maupin fue una mujer que vivió en el siglo XVIII, conocida por sus hazañas y vivencias, y, en términos generales, desconocida para la mayoría de la población. O como la propia Cristina la presenta: “la señora que empotró a tanta gente y se batió tantas veces en duelo que el rey tuvo que perdonarle la vida...dos veces”. En clave de humor y usando un lenguaje cotidiano, nos introduce al personaje justo después de su habitual saludo, avisándonos que lo que viene a continuación es un hilo, es decir, una concatenación de tweets que cuentan una historia.

Comienza su relato saliéndose un poco de su propia estructura para hacer una breve reivindicación respecto a los referentes bisexuales, la orientación más olvidada de todas cuanta recoger el abanico LGTB. Tras el inciso, da paso a un contexto histórico en el que sitúa la historia en fecha, lugar y circunstancias familiares. Nos presenta al padre, figura clave para comprender el carácter de Madame Maupin, y después se mete de lleno en la historia del personaje.



Captura de pantalla del hilo de Cristina Domenech. Elaboración propia. Octubre de 2019

Poco a poco va desarrollando el relato, combinando datos históricos con pequeñas bromas en las que interactúa con el lector usando preguntas retóricas. En algunos de los momentos inserta alguna imagen y algún que otro GIF, más que nada para acentuar la comicidad de lo que está contando y para dotar de entonación la lectura. Los tweets son extensos, pero gracias al uso directo y sencillo que hace del lenguaje, no se hacen pesados de leer. El humor y el tono relajado están presentes en todo momento.

En su penúltimo tweet promete otra historia para otro día, a modo de adelanto de lo que va a venir. Al finalizar, nombra el hashtag con el que se conoce a sus obras y hace un llamamiento a la colaboración mediante una plataforma de micromecenazgo<sup>39</sup>. En el caso de ese hilo, Cristina hace un llamamiento para Ko-Fi, una plataforma en la que se puede ayudar donando la suma de un café. Actualmente pide colaborar con su Patreon, otra plataforma de micro mecenazgo más elaborada y constante que funciona mediante diferentes recompensas dependiendo de la cantidad que se done.

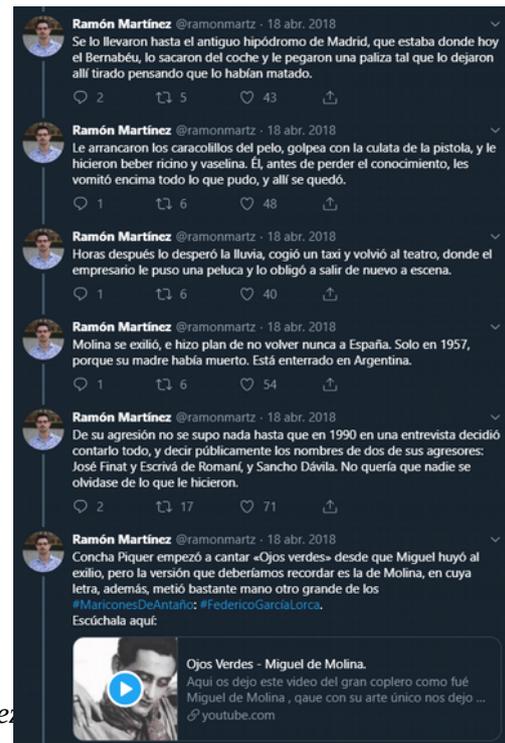
De los 145 usuarios que interactuaron con el tweet -contando una interacción única, sin las réplicas y conversaciones generadas-, la mayoría de comentarios fueron positivos: algunos usuarios se mostraron agradecidos por hacerles conocer a un personaje como Madame Maupin, otros dieron sus felicitaciones, y unas pocas sugerencias de futuras historias o pequeños cambios a la hora de narrar. También se pueden leer peticiones y ofrecimientos de colaboración. Algunos de estos de usuarios llegaron al hilo al ser mencionado por otros, en una manera de compartir conocimiento. Las respuestas se sucedieron en los días más cercanos a la creación del hilo, en marzo de 2018, aunque hay algunas que se dieron después, en abril e incluso diciembre.

### #MariconesDeAntaño

El hilo escogido de los #MariconesDeAntaño de Ramón Martínez es el dedicado al artista Miguel de Molina, un cantaor malagueño exiliado durante el franquismo. Conocida por los aficionados al flamenco, la historia de Miguel de Molina ha pasado desapercibida a pesar de ser muy popular en los años anteriores a la Guerra Civil. La represión franquista y su posterior exilio del país dinamitaron una carrera al alza. Ramón empieza el hilo con un saludo que ha convertido en señal propia, haciendo referencia a la palabra nefanda, la cual era utilizada para referirse al colectivo LGTB de forma despectiva y que él reutiliza para referirse a su público de manera cómica. Después presenta al personaje resaltando dos ideas: el flamenco y la genialidad. Una vez sabemos que vamos a leer sobre Miguel de Molina, Ramón ofrece datos biográficos que ayudan a

<sup>39</sup> Una plataforma de micromecenazgo es una web en la que mecenas anónimos pueden donar diferentes sumas de dinero a una persona, que normalmente se dedica al arte y/o la escritura, para que esta pueda seguir generando contenido.

comprender el ambiente en el que se movía y la situación que vivía. Introduce una anécdota divertida, como cuando se dio cuenta de que era homosexual, y una vez ya tiene creado al personaje, da paso a la historia importante: su recorrido como cantaoar.



En un estilo también directo, repleto de frases cortas, con preguntas retóricas e imágenes y gifs que ayudan a sostener el tono de la historia, Ramón nos da las claves para comprender el porqué de la importancia de Miguel de Molina. Estas son: que nunca ocultó quién era, su defensa de la pluma –una lucha constante todavía en nuestra época-, su estilismo rompedor y, sobre todo, su éxito. Otorga, además, datos históricos que ayudan a explicar las razones de su exilio. Dichos datos están recogidos de las propias declaraciones del cantaoar, quien denunció públicamente el trato recibido por el franquismo y puso nombre y apellido a sus agresores.

Perfil <sup>40</sup>	Ámbito y épocas de las historias	Sector LGTB al que va dedicado los hilos	Tipo de historias y personajes	Tono de la narración	Estilo de la narración	Ayuda visual
Cristina	Internacional. Europa. Época victoriana	Lesbianas o bisexuales	Historias reales. Personajes anónimos e históricos, poco conocidos, con gran relevancia para el colectivo	Humorístico	Directo. Tweets con mucha información. Interactúa mediante preguntas retóricas	Sí, de quienes protagonizan las historias y memes/Gifs divertidos
Ramón	Nacional, España. Amplio rango histórico	Gays o bisexuales	Personalidades históricas cuya sexualidad es desconocida. También da momentos y/o eventos cruciales para la historia LGTB de España	Humorístico y reivindicativo	Directo. Tweets cortos, muy dinámicos. Interactúa mediante bromas y preguntas retóricas. Tweets cortos, muy dinámicos	Sí, con fotografías de los personajes reales y algún que otro GIF divertido

Ramón unifica todo ello para lanzar un alegato implícito a la recuperación de la memoria colectiva, olvidada por la represión que ejerció Franco en los años posteriores a la guerra. Termina con una pequeña arenga a descubrir su arte, a escucharle y recordarle como uno de los grandes del flamenco. Hace un inciso, además,

40 Resumen de los perfiles. Elaboración propia.

para señalar la unión entre Miguel y otra figura histórica dentro del colectivo LGTB de España: Federico García Lorca, de quien cantaba su famosa obra Ojos verdes. Las respuestas al hilo son, como ocurrió con Cristina, muy positivas. De los 24 usuarios que interaccionan con Ramón de manera directa en el hilo, la mayoría dan la enhorabuena utilizando palabras de agradecimiento, ya sea por haber suscitado la curiosidad de quien le ha leído o por haber resaltado la historia de un artista casi olvidado de nuestro país. Se dan también peticiones –para que haga un libro, por ejemplo- y felicitaciones.

Cristina y Ramón realizan una labor muy similar en sus perfiles de Twitter para concienciar sobre la memoria histórica del colectivo. Entre sus similitudes más destacables están: la puesta en valor de los referentes históricos para la creación de una memoria histórica colectiva, la divulgación del conocimiento a la comunidad surgida en torno a ellos en Twitter y entretener y divertir mediante un activismo diferente.

Tanto Cristina como Ramón inciden en la importancia de los referentes históricos para el colectivo LGTB, ya que estos ayudan a tener una idea positiva de las personas pertenecientes a él. El desconocimiento y la invisibilidad de la existencia de estos referentes deja un “vacío” histórico gracias al cual parece difícil concebir a una persona no heteronormativa más allá del S.XX. Esto se explica gracias a las leyes opresivas y persecutorias del franquismo, las cuales hicieron prácticamente imposible hablar de homosexualidad o transexualidad en cualquier ámbito. La más restrictiva de todas fue la de 1954, conocida como la Ley de Vagos y Maleantes, la cual recogía la persecución y arresto de personas con conductas homosexuales antes incluso de que se cometiera delito (Carranza López, 2011). Las denuncias anónimas servían como excusa para que se tomaran medidas contra alguien. Posteriormente esta ley evolucionaría a la Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social, la cual tuvo penalizada la homosexualidad hasta 1978, año en el que se aprobó su eliminación.

En este contexto se puede comprender las razones del trabajo que realizan Cristina y Ramón en sus redes sociales y su esfuerzo por recuperar del pasado a figuras históricas que por lo general no llegan a la sociedad y que, en particular, en España son muy desconocidas. Ayudan a que en el presente se entienda qué ocurrió en el pasado y cómo son las experiencias del colectivo a través de las diferentes épocas una problemática que sigue vigente hoy día.

### 3. Conclusiones

En los últimos años Twitter se ha convertido en una herramienta del día a día para mucha gente. Cada persona lo usa para fines diferentes, que van desde la información al entretenimiento. El sentimiento de comunidad se ha afianzado y en torno a ciertos perfiles se forman grupos de opinión y discusión que comparten intereses en temas diversos. Entre ellos destacan aquellos que tienen una fuerte influencia porque el contenido que producen y manejan llega a muchas partes. Estos pueden ser perfiles que van desde celebridades a usuarios anónimos que, de pronto, se encuentran que lo que cuentan se ha hecho viral.

Estas personas adquieren un altavoz enorme. Justamente como los dos perfiles estudiados en esta investigación. Cristina y Ramón realizan los hilos con una intencionalidad diferente, aunque comparten una labor activista diferente que plantea dos cuestiones muy interesantes: la divulgación como activismo y el humor en la divulgación. La primera está planteada por el propio Ramón en su blog personal, y consiste en acercar y trasladar lo académico a lo personal, con el objetivo de conseguir un cambio social. La segunda se encuentra en los propios hilos analizados en este trabajo. El tono humorístico y cercano atrae a interesados en la materia, pero también a gente que busca entretenimiento. Resulta cómodo de leer, divertido y consigue el objetivo de “enganchar” a la lectura de una historia. El lenguaje es, por tanto, esencial para que el contenido funcione. Es un recurso simbólico que puede ser usado para influenciar a otros en Twitter. Refuerzan, además, el sentido de comunidad. (Quercia, Ellis, Capara y Crowcroft, 312, 2011).

Ambos perfiles comparten intereses -literatura, LGTB-, aunque el acercamiento al tema es diferente. Cristina se centra, sobre todo, en historias de mujeres que oscilan entre personajes históricos, como Madame Maupin, y personajes anónimos que hicieron historia por desafiar las normas de su época, como es el caso de Jane Pirie y Marianne Woods. Todas comparten en común que no son muy conocidas. Ramón, en cambio fija su target en hombres homosexuales. Sus hilos versan sobre personajes históricos conocidos cuya sexualidad no lo era. Es el caso de Francisco Asís de Borbón, Rey Consorte de España, Jacinto Benavente, Emilio Castelar o incluso Miguel de Cervantes. Ramón entremezcla estos personajes con datos históricos, ya sea sobre el Matrimonio Igualitario o las banderas del colectivo LGTB. El hecho de que se hable de estas personas logra crear un Historia, condenada al olvido debido a las políticas conservadoras que han sacudido a Europa. Se crea lo que Maurice Halbwachs llama Memoria Colectiva.

Entender la importancia de acercar la historia del colectivo LGTB a la sociedad puede ser una vía para avanzar como sociedad. Hacerlo además a través de nuevos métodos que llegan a tantas personas y que es capaz de tejer conexiones entre individuos de diferentes lugares pueden ser las claves para el progreso social. Una nueva forma de ejercer una postura activista, de crear códigos nuevos y concienciar a la población.

#### 4. Referencias

- Carranza López, R. (2011). Evolución histórica del colectivo lgtb: de las leyes represivas a la aprobación de la ley 13/2005, de 1 de julio. Trabajo de fin de máster. Ciudad: Universidad de Salamanca. Máster en estudios interdisciplinarios de género.
- Castells Andrade, D. A. (2016). La eficacia de la comunicación en la comunidad LGTB. Trabajo de fin de grado. Universitat Jaume I.
- Fondo de cultura Económica (1993). comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. (1993). México: Cultura libre.
- Enguix Grau, B. (2009). Identities, Sexualities and Commemorations: Pride Parades, Public Space and Sexual Dissidence. *Anthropological notebooks*, 15-33.
- Enguix Grau, B. (2016). Activismo y prácticas digitales en la construcción de una esfera LGTB en España. *DADOS - Revista de Ciências Sociais*, 755-787.
- Frost, D. M., & Meyer, I. H. (2011). Measuring Community Connectedness among Diverse Sexual Minority Populations. *The journal of sex research*, 36-49.
- Gleave, E., Welser, H. T., Lento, T. M., & Smith, M. A. (2009). A conceptual and operational definition of 'Social Role' in online community. 42nd Hawaii International Conference on System Science, (págs. 1-11).
- Halbwachs, M. (1968). Memoria colectiva y memoria histórica. En M. Halbwachs, *La mémoire collective* (págs. 209-219). París: Reus. Textos clásicos.
- Gruzd, A, Wellman, B & Takhteyev, Y. (2011) Imagining Twitter as an Imagined Community. *American Behavioral Scientist*, 55 (10), 1294-1318.
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities. of 9th WEBKDD and 1st SNA-KDD Workshop '07, (págs. 1-10).
- Jorge, M. (21 de marzo de 2011). Historia de Twitter. Obtenido de hipertextual.com: <https://hipertextual.com/archivo/2011/03/historia-twitter/>
- Kirk, M., & Madsen, H. (1989). *After the Ball: How America Will Conquer It's Fear and Hatred of Gays in the 90's*. Harvard: Plume books.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1996). Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*, volumen 14, 6-23.
- Nations, D. (27 de mayo de 2019). What Is Microblogging? A definition of microblogging with examples. Obtenido de <https://www.lifewire.com>: <https://www.lifewire.com/what-is-microblogging-3486200>
- Quercia, D., Ellis, J., Capra, L., & Crowcroft, J. (2011). In the mood for being influential on Twitter. IEE International Conference on privacy, security, risk, and trust and IEE International conference on social computing (págs. 307-314). Cambridge: University College London, UK.
- Sánchez Hidalgo, E. (25 de agosto de 2018). #MeQueer, historias de acoso y discriminación contra la comunidad LGTBI+. Obtenido de Verne El país: [https://verne.elpais.com/verne/2018/08/25/articulo/1535189240\\_304724.html](https://verne.elpais.com/verne/2018/08/25/articulo/1535189240_304724.html)
- Shirky, C. (16 de junio de 2009). Q&A with Clay Shirky on Twitter and Iran. Obtenido de [blog.ted.com](http://blog.ted.com): [https://blog.ted.com/qa\\_with\\_clay\\_sh/](https://blog.ted.com/qa_with_clay_sh/)
- Siles González, I. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. *Revista de ciencias sociales*, 55-69.
- Sinergy. (21 de febrero de 2011). ¿Qué es Twitter? 5 principales usos. Obtenido de [sinergyweb.es](http://sinergyweb.es): <https://www.sinergyweb.es/blog/que-es-twitter-5-principales-usos/>
- social, W. a. (s.f.). [wearesocial.com](http://wearesocial.com). Obtenido de 2019: <https://wearesocial.com/es/digital-2019-espana-twitter.com>. (s.f.).



## VÍDEO-ATIVISMO E RODAS CULTURAIS. (CONTRA)NARRATIVAS AUDIOVISUAIS E JUVENIS SOBRE A VIOLÊNCIA DE ESTADO<sup>41</sup>

### VIDEOATIVISM AND RODAS CULTURAIS. AUDIOVISUAL AND YOUTH (COUNTER)NARRATIVES ABOUT STATE VIOLENCE

**Nunes De Sousa, Ana Lúcia**

Instituto NUTES, Universidade Federal do Rio de Janeiro  
analucia@nutes.ufrj.br

**Carranza Weihmüller, Valentina**

Instituto NUTES, Universidade Federal do Rio de Janeiro  
cw.valentina@ufrj.br

**Resumo:** Analisamos dois casos de ativismo juvenil da cidade do Rio de Janeiro, Brasil durante 2014-2017: a) o vídeo-ativismo durante a Copa do Mundo FIFA 2014 e; b) as Rodas Culturais (eventos públicos do movimento hip hop) em 2016 e 2017. A partir de uma perspectiva metodológica participante que incluiu métodos digitais, caracterizamos as estratégias político-comunicacionais desenvolvidas e as (contra)narrativas audiovisuais produzidas em relação a ação do estado no espaço público. Como resultados, evidencia-se que ambas das práticas desenvolveram estratégias tecnopolíticas na dinâmica ruas-mídias digitais e utilizaram o audiovisual como formato estratégico para construir (contra)narrativas sobre diversas formas de violência de Estado.

**Palavras chave:** ativismo, juventudes, narrativas audiovisuais, Rio de Janeiro, violência de Estado

*Abstract: We analyzed two cases of youth activism in the city of Rio de Janeiro, Brazil during 2014-2017: a) video activism during 2014 FIFA World Cup and; b) the Rodas Culturais (hip hop public events) in 2016 and 2017. From a participative methodological perspective, including digital methods, we characterized the political-communicational strategies and the audiovisual (counter)narratives produced of both cases. As results, it was evident that both practices developed technopolitical strategies in the dynamic streets-digital media, and used audiovisual as a strategic format to build (counter)narratives about various forms of state violence.*

*Key words: activism, audiovisual narratives, Rio de Janeiro, state violence, youth*

---

41 Ambas das pesquisas contaram com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 / Both inquiries were financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001.

## 1. Introdução

As práticas comunicacionais juvenis que analisamos neste artigo estão localizadas no cenário urbano contemporâneo brasileiro, mais propriamente, a cidade do Rio de Janeiro durante 2014-2017. Nos últimos anos o Rio foi palco de vários *mega eventos* (Copa do Mundo, Olimpíadas, Conferência de Juventude Católica, etc.), que colocou a cidade na janela global, atraindo capitais para a “modernização urbana”. Contudo, durante esse mesmo período, políticas repressivas, racistas e excludentes continuaram a determinar a dinâmica sócio-urbana. De fato, no contexto dos *mega eventos* e posterior a eles, medidas de controle, genocídio e segregação urbana foram “a realidade” da maioria dos jovens do Rio de Janeiro, principalmente aquelas juventudes pertencentes aos setores sociais historicamente racializados e empobrecidos.

Apesar disso, como tentaremos reconstruir neste trabalho, muitos e muitas jovens não permaneceram passivos e desenvolveram diversas estratégias comunicacionais para enfrentar as injustas condições de vida e exercer seu direito à cidade e à cultura por meio do ativismo, seja midiático ou artístico-cultural. Nos perguntamos então sobre as estratégias político-comunicacionais e as narrativas que as juventudes cariocas ativistas produziram neste último ciclo de protesto, a fim de caracterizá-las. Especificamente neste trabalho, focamos na análise dessas narrativas, como elas são produzidas e como o estado é representado.

Desta maneira, nosso trabalho aborda dois casos específicos de ativismo juvenil durante os últimos anos (2011-2017), caracterizados pela ampla participação de pessoas jovens e pela produção de (contra)narrativas audiovisuais que em diferentes perspectivas denunciaram a agência violenta do estado. Os casos foram: a) o vídeo-ativismo durante a Copa do Mundo FIFA 2014 e; b) as Rodas Culturais (eventos públicos do movimento hip hop) em 2016 e 2017.

O vídeo-ativismo é uma das facetas do ativismo midiático digital, que tem se tornado muito popular nos últimos anos. Essa forma de ativismo tem sido uma das mais exploradas internacionalmente durante o ciclo de protestos contemporâneos. Trata-se de uma prática comunicacional e política que articula a ação direta em protestos com a produção audiovisual e técnicas de viralização digital. Durante a Copa do Mundo FIFA 2014, a maior rede vídeo-ativista se estabeleceu na cidade do Rio de Janeiro, a fim de disputar a narrativa sobre os impactos sociais e urbanos dos mega eventos (Sousa, 2017b).

As rodas culturais ou rodas de rima, são formas contemporâneas de expressão do movimento hip hop no Brasil. Seu “momento” central é a batalha de rimas no formato *freestyle*, embora muitas rodas também apresentam outros “momentos”, como apresentações de artistas, musicalização, break dance, passinho, microfone aberto, performances poéticas, etc. Na cidade do Rio de Janeiro, as rodas surgiram em 2009 como uma estratégia do movimento hip hop carioca para, por um lado, manter seus espaços de produção cultural em um contexto de avanço de capital no bairro da Lapa - seu point histórico -; por outro, reterritorializar o movimento, levando-o às favelas e periferias e recuperar seu espírito micropolítico. O Circuito Carioca de Ritmo e Poesia (CCRP) foi a principal organização que impulsionou a proliferação de rodas culturais em várias áreas da cidade (Alves, 2015, 2016). Como indica Alves (2016), essa forma de encontro hip hop multiplicou-se em todo o Estado do Rio de Janeiro nos últimos anos, coincidindo com o período após os mega eventos.

As informações e análises que dialogam nesta comunicação vêm de duas pesquisas realizadas em diferentes momentos, mas que ambas delas tiveram como foco trabalhar junto a coletivos e organizações alternativas de jovens na cidade. Esses grupos juvenis ativistas, por meio de estratégias comunicacionais tecnopolíticas, pretenderam disputar a representação dos fatos, ao mesmo tempo que atuavam no espaço público das ruas deparando-se com o agir violento das forças policiais. As abordagens metodológicas de ambas pesquisas também foram semelhantes quanto à perspectiva qualitativa e participante (Brandão, 2006) e a inclusão de métodos digitais (Rogers, 2009) em páginas de *Facebook* e canais de *YouTube*.

## 2. Metodologia

Os desenhos de pesquisa foram baseados na perspectiva participante (Brandão, 2006) e incorporando métodos digitais (Rogers, 2009). Desta maneira, as propostas de pesquisa foram, desde o início, concebidas não apenas como metodologia, mas como um lugar “político”, a partir do qual trabalhar junto às práticas ativistas. A necessidade de incluir métodos digitais surgiu do contato com os próprios agentes no campo pois reconheceu-se a articulação do agir nas ruas com o agir “nas redes”. Tal como foi já problematizado por vários autores (Reguillo, 2017; Rogers, 2013; Toret & @DataAnalysis15m, 2013) o uso das mídias digitais foi um aspecto característico das formas tecnopolíticas que caracterizaram as insurgências e manifestações juvenis do século XXI. Nos casos analisados isto não foi diferente.

Sobre os métodos digitais, partimos da ideia defendida por Rogers (2009), quem propõe uma abordagem da web como conjuntos de dados que permitem desenvolver processos de imaginação e reflexão sociológica a partir do trabalho heurístico sobre dispositivos on-line. Conforme o autor, esses métodos são experimentais e situacionais, pois são construídos em espaços e dispositivos como páginas web e mídias sociais em Internet, que mudam suas funcionalidades o tempo todo, inclusive podem desaparecer. Neste sentido, o paradigma digital diverge dos anteriores (cyber e virtual) dado que entendem a Internet como uma fonte para a pesquisa social, ou seja, como um espaço conectado dinamicamente com “o mundo off-line”. Tal como indica Rogers (2009), “o principal propósito em pesquisa na Internet é reivindicar o on-line, não só para o estudo da Internet e seus usuários, senão para o embasamento do estudo da cultura e da sociedade com a Internet” (p.38, tradução própria). A Internet se concebe assim, como uma mídia de mídias, que nas suas versões 2.0 e 3.0, vem modificando as configurações comunicacionais tradicionais a partir da apropriação de suportes diversos (textos, áudios, imagens, vídeos) aos quais são incorporadas novas características como a interatividade imediata, a intertextualidade, a portabilidade e a combinação de linguagens (Scolari, 2016).

Como mencionamos, dois casos de ativismo juvenil são problematizados neste trabalho. As categorias analíticas estabelecidas para costurar a reflexão foram: a) as estratégias político-comunicacionais desenvolvidas; b) a produção de (contra)narrativas audiovisuais; c) as formas de representar a ação pública das forças estatais.

Sobre o *vídeo-ativismo durante a Copa do Mundo FIFA, 2014*, o trabalho de campo foi realizado entre junho e julho de 2014. A investigação partiu da construção de uma matriz que incluía os dez grupos de vídeo-ativismo mais ativos na cidade e que funcionavam em rede. Eles foram selecionados considerando o volume de produção e a popularidade nas redes e mídias on-line, bem como o desempenho durante os protestos nas ruas. Os dez grupos foram acompanhados em geral e três deles participaram de um acompanhamento mais aprofundado. Durante o período de trabalho de campo, doze protestos e reuniões de organização e produção foram acompanhados. Nesse período, os grupos ativistas participantes da pesquisa produziram 173 vídeos (91 postados no YouTube e 88 no TwitCasting). Neste trabalho analisamos as características gerais desse conjunto de vídeos focando nos dez vídeos mais populares para caracterizar os processos de produção e os elementos narrativos.

No caso das *Rodas Culturais*, o trabalho de campo e exploração de mídias digitais foi realizado de setembro de 2016 a junho de 2017, participando de dez eventos da Roda Cultural do Pac’stão da favela de Manguinhos, zona norte da cidade do Rio de Janeiro. A partir da interação no campo, selecionaram-se videoclipes de artistas membros do coletivo organizador que circulavam por plataformas digitais, especificamente *Facebook* e *YouTube*. Essas produções foram identificadas como valioso material heurístico a fim de analisar o conteúdo narrativo das rodas. Conjuntamente, a fim de caracterizar o contexto geral do circuito de Rodas Culturais no Estado de Rio de Janeiro, com base na exploração digital, criou-se uma linha de tempo interativa a partir da ferramenta <https://www.tiki-toki.com>, na qual se localizaram momentos importantes do movimento. Um achado na construção da linha de tempo foi a identificação de episódios que evidenciaram um processo político conflitivo em torno das rodas. Este se manifestou nas tensões entre as estratégias de *resistência/legitimação* das rodas (por meio de iniciativas legais, organizativas e de manifestação pública) e a *repressão/censura* por parte dos agentes de “segurança estatal”. Para este trabalho incluímos resultados tanto da análise narrativa dos videoclipes, como dos materiais audiovisuais de registro de *censura/repressão* das rodas.

### 3. Juventudes ativistas, estratégias tecnopolíticas e (contra)narrativas audiovisuais

Sem querer problematizar os diversos enfoques teóricos e analíticos sobre as relações entre juventudes e política (Mayorga, 2013); ou entrar nas tentativas de classificação dos ativismos brasileiros no século XXI (Scherer-Warren, 2014), definimos *ativismos juvenis urbanos* de forma ampla, como práticas sócio-políticas, coletivas e engajadas que grupos de pessoas com significativa participação juvenil<sup>42</sup> realizam de forma mais ou menos organizada e constante nos interstícios do cotidiano urbano, sendo a cidade o cenário ou o tema de disputa nas suas ações públicas. Neste sentido, junto a Lippard (1984), entendemos que a ideia de ativismo difere da noção tradicional de “militância política”, aquela atrelada a estruturas institucionais e normativas de caráter mais rígido (partidos, sindicatos, agrupações estudantis). As práticas ativistas são mais fluídas e variadas. Servem-se de diversos repertórios de ação e geralmente se articulam ao redor da defesa de direitos e causas específicas. Um dos seus elementos característicos é sua função para além do discurso e a

42 “Jovens” geralmente refere às pessoas das “novas gerações” que têm atingido certa autonomia. No Brasil a legislação vigente considera “jovens” aquelas pessoas entre os 15 e 29 anos de idade (Brasil, 2013)

construção de poder, dado que o ativismo supõe geralmente um “envolvimento em ação” nos espaços sociais cotidianos. Assim, o protagonismo ativista se desenvolve geralmente nos espaços e circuitos alternativos, aqueles alheios aos dispositivos hegemônicos de representação e produção cultural e midiática.

Atualmente, os ativismos ocupam e se desenvolvem em diferentes contextos. Tal como indicam múltiplos trabalhos sobre juventudes contemporâneas (Dayrell, 2007; Reguillo, 2017; Vommaro, 2015), os setores populacionais juvenis se identificam fortemente com práticas do tipo ativista, formando coletivos em torno a identidades políticas e lutas por direitos. De fato, na cidade de Rio de Janeiro, nos últimos anos, as gerações jovens foram agentes cruciais em diversos conflitos. Sua participação foi notável tanto na expansão dos “coletivos de cultura jovens” (Lopes, 2019) como na formação de coletivos midiativistas em favelas (Canavarro, 2019; Custódio, 2018), na ação dos videoativistas durante os mega eventos (Sousa, 2016) e nas lutas estudantis no último ciclo de ocupações secundaristas (Gomes & Gómez-Abarca, 2018; Sousa & Canavarro, 2018; Weihmüller & Siqueira, 2017).

No Brasil, protestos contra a Copa do Mundo da FIFA 2014 foram registrados em todas as regiões do país, tendo principal protagonismo os grupos vídeo-ativistas que usaram o audiovisual como uma ferramenta de luta. Conforme Harding (2001) a prática vídeo-ativista se caracteriza pelo uso do audiovisual como uma ferramenta tática na busca da justiça social, tornando a câmera um poderoso instrumento político. Os equipamentos audiovisuais, também funcionam como proteção a fim de conter a violência policial e documentar abusos e outros comportamentos autoritários e violentos (Wilson & Tanya, 2010). Do ponto de vista ideológico, o vídeo-ativismo entra em cena para ocupar um espaço contra-hegemônico e disputar agendas e versões dos fatos frente às mídias corporativas (Pasquinelli, 2002). Durante o período analisado, os grupos vídeo-ativistas se formaram rapidamente e se multiplicaram em várias cidades. A cidade do Rio de Janeiro concentrou o maior número de grupos organizados especificamente em torno da tarefa de denunciar os protestos pelo audiovisual on-line. A rede vídeo-ativista dessa cidade destacou-se nos seguintes elementos: a significativa participação juvenil, o grande número de grupos formados, a organização em rede, uma alta e rigorosa produtividade e significativa viralização dos vídeos.

Nos contextos urbanos, as modalidades de manifestação política juvenil também atingem a esfera artístico-cultural, quando os cotidianos dos territórios e dos espaços públicos se tornam lugares perpassados por práticas e discursos que canalizam demandas e problemáticas juvenis de forma estetizada. Como afirma Vommaro (2014 p. 56), são muitos os/as jovens, principalmente dos setores populares e das periferias, os/as que tomam posse da cidade construindo “colectivos y asociaciones que expresan sus formas singulares de participación y compromiso con lo público y con la transformación de la realidad en la que viven”. Estabelecem-se assim, circuitos juvenis de produção de espaços sociais, aqui compreendidos como territorialidades em disputa, nos quais mediações artístico-culturais, entre elas o hip hop, emergem como formas de politização, estetização e apropriação da cidade.

Outro elemento característico das formas juvenis contemporâneas de ação coletiva/conectiva relaciona-se com a dimensão comunicacional e o desenvolvimento de *estratégias tecnopolíticas*. Toret e a equipe DataAnalysis15m (2013) definem a tecnopolítica para além do *cyberativismo*, sendo um tipo de capacidade organizacional que permite articular as ações nas ruas com as conexões na Internet. Conforme os autores, na dinâmica ruas-mídias digitais, as estratégias tecnopolíticas são capazes de “producir estados de ánimos empoderados y un patrón de autoorganización política en la sociedad red” (Toret & @DataAnalysis15m, 2013, p. 14). Neste sentido, a noção de tecnopolítica é entendida como o “uso tático e estratégico de ferramentas digitais para organização, comunicação e ação coletiva” (Toret & @DataAnalysis15m, 2013, p.20). De maneira mais simples, implica o uso da “red para inventar nuevas formas de acción que pueden ocurrir y dividirse en la red, pero no terminan en ella” (Toret & @DataAnalysis15m, 2013, p.21).

A produção e circulação de conteúdos audiovisuais também tem sido um elemento característico das formas contemporâneas de manifestação juvenil. De fato, são as novas gerações “nativas da Internet” as que mais se familiarizam com a produção e consumo de vídeos digitalizados em diversas plataformas. Tal como aponta Sousa (2017b, 2016), as tecnologias digitais permitiram a produção e a circulação de registros fotográficos e audiovisuais com maior facilidade e acessibilidade. Várias telas, aplicativos e conectividade substituíram o audiovisual no formato tradicional e vídeos caseiros ou independentes ocupam as mídia e plataformas on-line. Essas produções, instaladas como narrativas alternativas – ou (contra)narrativas – disputaram os relatos e sentidos sobre fatos e acontecimentos. Elas também desafiaram a teoria, pois escaparam (ou misturaram) às classificações tradicionais dos gêneros narrativos (documentário, jornalístico, crônico, ficção) sendo as escolhas estéticas também variadas. Assim, a autora afirma que, a partir dos “protestos conectados” característicos das primeiras décadas do século XXI, é possível falar em “narrativas audiovisuais ativistas nas mídias sociais” (Sousa, 2017b), para de pensar nos múltiplos produtos realizados por grupos ativistas que

combinam imagem e som para contar histórias e torná-las públicas na Internet, a fim de defender certas visões de mundo e enfrentar as narrativas construídas a partir dos poderes hegemônicos.

#### 4. Resultados e discussão

A seguir apresentamos alguns resultados de ambas pesquisas conforme as categorias de análise estabelecidas para este texto. Como mencionamos, nossas reflexões surgem do diálogo a *posteriori* da realização das pesquisas, uma vez que constatamos a presença de aspectos constitutivos semelhantes entre ambos casos de ativismo. Estes aspectos se referem a:

- a) O contexto urbano de ação: a cidade do Rio de Janeiro, Brasil.
- b) O perfil dos membros ativistas: principalmente jovens e politicamente engajados nas disputas pelos direitos humanos, culturais e políticos.
- c) O desenvolvimento de estratégias comunicacionais do tipo tecnopolítico, ou seja, a articulação entre ações diretas nas ruas e nas ações conectadas nas redes.
- d) O significativo papel das produções audiovisuais para a construção de (contra)narrativas.

Neste sentido, focaremos nos pontos c) e d), aprofundando neste último para analisar como nessas narrativas o papel do estado é construído.

#### 5. Ativismos juvenis nas ruas e nas redes

Os dois casos que dialogam neste trabalho, desenvolveram, de diferentes maneiras, estratégias tecnopolíticas no sentido que suas ações off-line nas ruas, foram catalisadas a partir da articulação com um uso estratégico dos dispositivos de mídias digitais on-line. Desta forma, a ação conectiva na Internet, repercutiu nas próprias ações na cidade, construindo redes e fortalecendo os coletivos e as ações ativistas.

Dez coletivos vídeo-ativistas participaram da pesquisa em 2014, sendo que 6 deles, emergiram no calor dos protestos pelo “passe livre” em 2013. Sua definição girava em torno da sua atividade político-comunicacional, do seu midiativismo democrático e popular; independente e alternativo. Lidavam com questões críticas e abordavam perspectivas não consideradas pela grande mídia. Na tabela 1, indicamos esses coletivos e sua produção audiovisual.

**Tabela 1 – Coletivos vídeo-ativistas e quantidade de vídeos publicados. Youtube e TwitCasting. Junho - Julho 2014.**

Coletivo	Começo no vídeo-ativismo	Página de Facebook (Atualizado nov 2019)	Vídeos	
			YouTube	TwitCasting
Jornal A Nova Democracia	2010	Inativo	28	
Mídia Ninja	2013	<a href="https://www.facebook.com/MidiaNINJA/">https://www.facebook.com/MidiaNINJA/</a>		43
Coletivo Mariachi	2013	<a href="https://www.facebook.com/coletivomariachi/">https://www.facebook.com/coletivomariachi/</a>	21	
Coletivo Carranca	2013	<a href="https://www.facebook.com/coletivocarranca/">https://www.facebook.com/coletivocarranca/</a>		39
Mídia Independente Coletiva	2013	<a href="https://www.facebook.com/midiaindependentecoletiva/">https://www.facebook.com/midiaindependentecoletiva/</a>	5	
Voz das Ruas	2012-2014		2	
Linhas de Fuga	2012-2014	<a href="https://www.facebook.com/linhasdefuga/">https://www.facebook.com/linhasdefuga/</a>	11	
Coletivo Vinhetando	2012-2014	<a href="https://www.facebook.com/vinhetando/">https://www.facebook.com/vinhetando/</a>	6	
Coletivo Tatu	2013	<a href="https://www.facebook.com/coletivotatu/">https://www.facebook.com/coletivotatu/</a>	9	

Rio 40Caos	2010	Inativo	2	
------------	------	---------	---	--

Fonte: Adaptado de Sousa (2017a).

Os grupos analisados não tinham um número fixo de ativistas e na sua maioria estavam formados por entre duas a dez pessoas, alguns deles contando com colaborações ocasionais. O perfil etário dos ativistas era principalmente jovem, entre 18 e 30 anos, com ensino superior, muitos deles provenientes de carreiras ligadas à comunicação, cinema e jornalismo. Embora uma parte já tivesse experiência ativista anterior, para a maioria deles era a primeira vez que usavam uma câmara como ferramenta de ação política. A identidade dos membros não era específica, e geralmente preferiam se identificar com a própria prática de “militância” no ativismo midiático, ou simplesmente, como cidadãos.

A rede vídeo-ativista da cidade de Rio de Janeiro em 2014, estava formada por vários atores – grupos, coletivos ou indivíduos que não estavam organicamente ligados a nenhum grupo em particular – que se conheceram e se conectaram através da rua e das redes sociais *on-line* numa dinâmica *off-line*, simultânea e multimodal. Cada agente da rede manteve sua independência como sujeito ou grupo, mas na prática, o que foi observado foi uma ação conjunta.

A dinâmica de produção dos vídeos implicava etapas de pré-produção, cobertura e registro de eventos e protestos, produção do material filmado e estratégias de viralização nas redes *on-line*.

A pré-produção englobava encontros, que ocorriam horas ou dias antes da intervenção, objetivando planejar com detalhes a ação nas ruas. Nas ações diretas nas ruas e coberturas de protestos, a rede geralmente atuava em bloco. A necessidade de se proteger e a proximidade física nestas ações acabou por fortalecer a rede criando vínculos de coleguismo e amizade. De fato, conforme relatos de campo e testemunhas nas entrevistas, o processo de trabalho ativista viu se fortalecido no sentimento compartilhado de “estar juntos”, criando uma pertença a um “coletivo maior”, mais potente que as intervenções individuais. Esta proximidade se manifestou posteriormente nas mídias digitais, tendo ações conectivas em diversas plataformas e apoiando reciprocamente a viralização dos conteúdos.

A rotina de produção implementada pela rede vídeo-ativista analisada pode ser resumida nas seguintes etapas:

1. Etapa 1: Rua
  - 1.1 Filmagem
2. Etapa 2: Montagem
  - 2.1 Seleção das imagens
  - 2.2 Edição em software
3. Etapa 3: Arquivar e divulgar nas redes sociais
  - 3.1 Arquivo no YouTube
  - 3.2 Compartilhamento no Facebook
  - 3.3 Propagação na rede

Os vídeos eram gravados, montados, enviados para o *YouTube* ou transmitidos ao vivo via *TwitCasting* e depois compartilhados no Facebook. Dessa forma, plataformas de mídias exclusivamente audiovisuais (*YouTube* e *TwitCasting*) se articulavam com dispositivos de redes sociais *on-line* (*Facebook*) conseguindo que os conteúdos fossem rapidamente viralizados.

Conforme o processo relatado, é possível afirmar que a rede-bloco vídeo-ativista se conectava num ciclo conjunto que incluía etapas prévias (chats e reuniões de planejamento e reflexão), durante (participação conjunta nos protestos e outras ações) e após (produzindo e compartilhando os vídeos e nas reuniões organizativas para próximas ações) a ação específica de filmagem dos protestos nas ruas.

Entre 2012 e 2014, além dos protestos contra a Copa do Mundo FIFA 2014, muitas outras ações foram realizadas nas favelas da cidade. Nestas situações, a rede vídeo-ativista também atuou de forma conjunta a partir dos convites de líderes comunitários. As ações nas favelas, fortaleceram a rede e evidenciaram posicionamentos políticos sobre qual tipo de ativismo se vislumbrava entre aquela juventude.

Sobre outro tipo de práticas ativistas que acontecem nas favelas, abordaremos agora as rodas culturais.

Conforme indica Veríssimo (2015) as Rodas Culturais, também conhecidas como “Rodas de Rima”, são iniciativas públicas de manifestação cultural relativamente novas no contexto fluminense e carioca, ligadas

ao movimento hip hop. Geralmente são promovidas e organizadas por jovens já inseridos no circuito da cultura urbana da cidade e têm o objetivo de gerar um espaço de encontro, expressão, lazer e divertimento entre artistas e público geral. Uma definição de rodas culturais foi incluída no projeto de lei estadual Nº 2799/2017, que retoma a caracterização feita em maio de 2016 pelo Regulamento da Liga das Rodas Culturais da Zona Oeste: “São consideradas Rodas Culturais encontros comunitários de livre manifestação da cultura HIP HOP, realizados em espaços públicos, com periodicidade semanal, quinzenal ou mensal, totalmente gratuitos, sem qualquer restrição à circulação das pessoas e com responsabilidade de transformação do território” (Estado do Rio de Janeiro, 2017).

Sendo parte do universo hip hop, as rodas culturais se expressam por meio dos elementos próprios a esse movimento urbano (rap, grafite, break, dj) tendo como principal manifestação o rap no formato de batalhas de rima, ou rima de improviso. Mas também ampliam a inclusão de outras manifestações de arte de rua alternativa e popular (passinho, funk, slam poetry, capoeira, etc.). Os locais onde as rodas acontecem são geralmente espaços públicos e a participação é aberta e gratuita, tanto para os artistas que queiram apresentar seus trabalhos como para o público que esteja a fim de assistir as rodas (Alves, 2016).

MC Shaell (2016)<sup>43</sup> comenta que as rodas culturais surgiram em 2009 após o incêndio do Centro Interativo de Circo (CIC), - que funcionava numa parte abandonada da Fundação Progresso, na Lapa -, local onde a galera do hip hop carioca se reunia, organizava eventos (entre eles a famosa Batalha do Conhecimento) e interagia com as outras manifestações de arte urbana. Devido ao fechamento do prédio, foi preciso procurar outro lugar para fazer o rap acontecer. Assim, em 2010, a roda de rima da Lapa começou a funcionar embaixo dos Arcos da Lapa. Posteriormente, também em 2010, aconteceu uma reunião na qual se constituiu o CCRP e o primeiro cronograma de rodas culturais na cidade. Naquele momento, surgem como pioneiras seis rodas culturais : Bangu (domingo), São Cristóvão (segunda-feira), Botafogo (terça-feira), Copacabana (quarta-feira), Lapa (quinta-feira) e Cantareira (quinta-feira). Como comenta o MC, a roda cultural ampliou o território de ação e visibilidade do hip hop na cidade, pois permitiu chegar a espaços anteriormente não atingidos, ampliando assim o mercado local.

A proposta do CCRP era bem simples. Ocupar você um espaço abandonado na sua região, convocar aos amigos que trabalham com arte (com rap, com reggae, com fotografia, com teatro, com dança) e movimentar aquela região ali, aquela praça, vamos por assim dizer, que estava abandonada e agora já estava com uma movimentação cultural (MC Shaell, 2016).

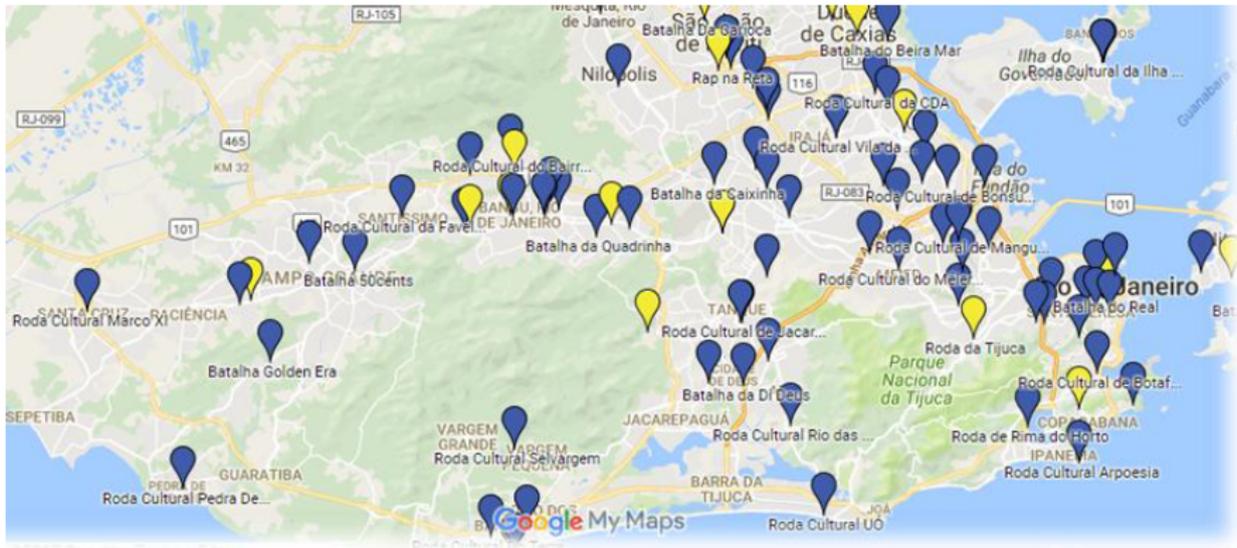
Essas seis rodas se mantiveram trabalhando juntas até 2012, quando surgiram outras novas: “roda do Méier, de Vila Isabel, a Quarta Under, de São Gonçalo, Pixa, PSK, PLC em Petrópolis...” e também a primeira roda de favela na cidade, a partir da fusão da Roda de São Cristóvão com a roda de Manguinhos, foi o começo da Roda Cultural de Manguinhos e São Cristóvão (MC Shaell, 2016). Nesse mesmo ano, o CCRP foi reconhecido pela prefeitura do Rio de Janeiro, através do Decreto nº 36.20126, que normativa, valoriza e promove oficialmente a iniciativa.

Segundo dados gerados pelo projeto de pesquisa “Arte de rua e resistência” (UFF, FAPERJ, CNPq)<sup>44</sup> em julho de 2016, haviam aproximadamente 120 rodas culturais espalhadas por todo o território fluminense. O mapa “Rodas Culturais no Rio de Janeiro” (UFF, FAPERJ, CNPq) indica que em julho de 2017, na cidade do Rio de Janeiro a, haviam mais de 50 rodas ativas, muitas delas acontecendo nos territórios das favelas e periferias.

43 O MC Shaell realizou, em 2016, uma série de vídeos, com o #AVERDADESEJADITA. Neles, vai contando questões históricas e de atualidade sobre o hip-hop no Rio de Janeiro. O episódio 2 é dedicado às rodas culturais. Disponível: <https://www.facebook.com/sahellofc/videos/1034770139929725/> Acesso: 25 outubro de 2017.

44 <https://www.artederuaeresistencia.com.br>

**Figura 1 - Mapa da geolocalização das rodas culturais na cidade do Rio de Janeiro, 2016-2017**



*Azul: rodas ativas – Amarelo: rodas inativas.*

Fonte: Weihmüller (2017, p. 101 adaptado de Mapa das Rodas Culturais no Rio de Janeiro. UFF, FAPERJ CNPq, <https://www.artederuaeresistencia.com.br/mapadasrodas>)

De acordo com o exposto, podemos pensar a modalidade de produção cultural e ativismo das rodas como um circuito, já que o movimento das rodas se configura como um todo a partir da conexão entre “estabelecimentos, equipamentos e espaços que não mantêm entre si uma relação de contiguidade espacial, sendo reconhecido em seu conjunto pelos usuários habituais” (Magnani, 2002, p. 23). No caso do circuito das rodas culturais, esses usuários são os/as jovens (não exclusivamente) que curtem o hip hop, a cultura de rua carioca. Uma particularidade desse circuito é que ocupa o espaço público numa dupla esfera: por um lado a geográfica-urbana (envolvendo equipamentos e locais materialmente existentes) e, por outro a digital, traçando redes nas plataformas e mídias digitais compostas de locais de fixação (canais de *YouTube*, páginas de *Facebook*, *sites*) e fluxos constantes (usuários e conteúdos que se movimentam na linkabilidade entre esses fixos).

O caso analisado, a roda cultural organizada pelo coletivo Pac'Stão, surge em 2016. Seus eventos continuam ocorrendo ainda hoje, toda segunda-feira, a partir das 19 horas, na praça do PAC, no complexo das Favelas de Manguinhos, zona norte da cidade. O nome “Pac'stão” foi escolhido pelos organizadores para se referir ao clima bélico que se vive nesse espaço urbano, na metáfora com o país Paquistão reconhecido mundialmente como área de conflitos. O “clima tenso” em Manguinhos se relaciona com as políticas de “segurança pública”, no contexto da “guerra contra as drogas” que institui enfrentamentos frequentes entre policiais (civis e militares) e grupos narcotraficantes. Esta situação vem se agravando nos últimos anos, após instalação da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) e, especificamente, em 2017, pela maior presença de “operações” militares arbitrárias e genocidas. Além disso a sigla PAC também resume o *slogan* “Por Amor à Cultura”, e mantém a referência especial ao local do evento, a “praça do PAC”. Como a maioria das rodas, é organizada de forma autônoma e autofinanciada pelos/as jovens habitantes das favelas da região, ligados ao hip hop e à produção cultural.

Em outubro de 2017, com quase um ano e meio de existência, a Roda do Pac'Stão tinha um papel importante no desenvolvimento da cultura jovem de Manguinhos. De acordo com os registros de campo e as informações disponíveis na seção de eventos e a linha do tempo de sua página no *Facebook*, mais de 60 eventos já haviam sido realizados, além da participação ativa em outras iniciativas político-culturais de alcance comunitário.

O perfil sociocultural do público e dos artistas das rodas era semelhante. Nossos registros de campo e fotografias disponíveis em redes digitais indicam que os participantes eram predominantemente homens, negros e jovens (entre 12/13 e 20 e tantos anos), habitantes de Manguinhos ou favelas próximas; alguns com escolaridade, outros fora do sistema escolar e também trabalhadores. Apesar da maioria masculina, as

mulheres também participaram, ainda que numa quantidade significativamente menor, sendo poucas as que se apresentaram como artistas.

A “audiência” das rodas se ampliava nas mídias digitais. Em sua página de *Facebook*, a roda publicava uma quantidade significativa de conteúdos (fotos, vídeos, promoções de eventos). As postagens eram tanto produções próprias como de outros artistas de Manguinhos e outras regiões da cidade. As publicações receberam comentários, curtidas e eram compartilhadas pela rede de quase 2.500 perfis de usuários e páginas de seguidores (dados de junho de 2017, atualmente a Página tem uma comunidade de mais de 3.700 seguidores).

Na dinâmica tecnopolítica ruas-mídias digitais, a maneira de produzir os eventos foi central porque permitiram observar como o trabalho *off-line* e *on-line* era articulado nas etapas de:

1. Divulgação
2. Realização
3. Registro
4. Circulação e ressignificação digital.

O caso da roda do Pac’Stão exemplifica como o ativismo artístico utiliza as estratégias tecnopolíticas para fins específicos. Entre esses objetivos, observamos:

- Fazer-se visíveis. Através de eventos na rua, mas também numa variedade de conteúdos digitalizados como vídeos, fotos, textos auto-descritivos, logotipos, slogans, produtos à venda, publicações com posições políticas e identitárias.
- Promover eventos. Por meio de anúncios, promoção e registro dos eventos realizados *off-line*. Folhetos de divulgação, lembretes de textos e vídeos, publicações de registros ou comentários dos organizadores e fãs foram reconhecidas como formas de auto-promoção.
- Colaborar na visibilidade de artistas, amigos e colegas das favelas e/ou do hip hop. A página do *Facebook* também funcionava como vitrine para o trabalho individual de outros artistas ou coletivos, inclusive alguns membros do coletivo organizador. Neste sentido, a Página de *Facebook* funcionava como uma comunidade digital onde cada um podia postar seu trabalho e também conhecer o trabalho de outros artistas.
- Construção de redes. O espaço digital compartilhado, também incluiu eventos e participações em outros âmbitos da cultura (oficinas em escolas e bibliotecas, apresentações em eventos políticos, teatros, centros culturais, poetry slams, outras rodas, etc.). Assim, existia um clima de reciprocidade nos compartilhamentos.

## 6. O audiovisual como formato (contra)narrativo de registro e denúncia

As duas pesquisas aqui comentadas, evidenciaram a escolha pelo formato audiovisual para a construção das (contra)narrativas. Neste sentido, observa-se a potência comunicacional dos vídeos na era da digitalização a partir das facilidades para a produção e distribuição de conteúdos imagéticos e sonoros nas redes e mídias on-line; além do relativo aumento da acessibilidade para a aquisição e manuseio de equipamentos audiovisuais, por exemplo, câmeras integradas a celulares. Por outro lado, o vídeo se apresenta como um suporte de registro exemplar para “captar” e “reproduzir” a realidade tal “como ela acontece”. A eficácia simbólica deste formato atinge principalmente as novas gerações, já familiarizadas com as formas de consumo digital, onde os vídeos, em diferentes gêneros e estéticas, despontam como conteúdos em “tendência”.

Durante junho e julho de 2014, os 10 grupos vídeo-ativistas incluídos na análise produziram 173 vídeos, 91 postados no *YouTube* e 88 no *TwitCasting*. Sendo coletivos midiáticos, o conjunto de vídeos se caracterizou pela predominância de gêneros jornalísticos. Cada grupo acabou se especializando em um tipo de cobertura, sendo as principais: 1) reportagens jornalísticas em texto, foto e vídeo; 2) vídeo transmitido ao vivo por streaming; 3) advocacy vídeo. Na Tabela 2 apresentamos os dez vídeos que atingiram um maior número de visualizações:

**Tabela 2 - 10 vídeos mais visitados produzidos por grupos de vídeo-ativismo no Rio de Janeiro, entre junho de 2013 e agosto de 2014**

Título do vídeo	Views	Duração	Coletivo	Data
Advogada tenta prender policial por abuso de autoridade	5.182.083	02:02	Coletivo Mariachi	12/09/2013
Jornalista da TV Globo tem acesso de raiva e é rechaçada em Copacabana`	3.348.894	01:57	Jornal A Nova Democracia	24/04/2014
Brasileiros provocam argentinos, e decisão tem brigas após gol do título	595.693	04:54	Mídia Ninja	13/07/2014
RJ: Flagrante de PMs sendo encurralados pela fúria de milhares de manifestantes no Rio (17/06/2013)	455.007	03:11	Jornal A Nova Democracia	18/07/2013
Major da PM agride mulher e recebe voz de prisão de manifestante	451.659	02:17	Coletivo Mariachi	18/06/14
7 de septiembre negro. Lo que no fue mostrado por la TV Globo y el Noticiero Nacional.	441.779	25:35:00	Coletivo Mariachi	14/09/2013
Policiais da UPP atiram para matar no Jacarezinho	440.039	06:51	Jornal A Nova Democracia	05/04/2013
Civil saca arma de fogo e atira durante Argentina X Bósnia (Maracanã, RJ)	381.485	01:21	Mídia Independente Coletiva	15/06/14
Flagrante de cineasta canadense sendo espancado e roubado por PMs no Rio	375.954	02:20	Jornal A Nova Democracia	13/07/14
Homem Aranha enfrenta a policia nas ruas do las calles de Rio de Janeiro	343.678	00:42	Linhas de Fuga	16/10/2013

Fonte: Sousa (2017a, p. 169).

Em geral, as narrativas dos vídeo-ativistas diferem consideravelmente das narrativas construídas pela grande mídia sobre os protestos, no âmbito da Copa do Mundo FIFA 2014. Com destaque para a figura do narrador/ativista, todos os vídeos assumiram um lugar político no centro dos conflitos. Assim, um aspecto característico é a força testemunhal da narrativa, que é contada a partir da “imersão” *in situ* dos acontecimentos; de “dentro do vulcão” que foram os protestos. Não houve diferenças substanciais entre as produções dos grupos, pelo contrário, existiu um padrão comum de narrar as notícias focadas em manifestantes e violência policial, usando a entrevista e o “cinema direto” como principais estratégias narrativas.

Já no caso das rodas culturais, no decorrer do trabalho de campo *online* e *off-line*, também se identificou o uso do audiovisual para construir narrativas. Destacou-se a produção de videoclipes mas também um trabalho de registro de caráter mais “amador”, seja para compartilhar o que ocorria nos eventos, como para registrar atos abusivos e de censura por parte da polícia.

Sobre os videoclipes, foram selecionados aqueles que estavam disponíveis nas redes e que ao mesmo tempo tinham sido comentados ou tocados durante os eventos ao vivo. Na tabela 3, apresentamos estes materiais:

**Tabela 3 – Videoclipes analisados. Roda Cultural do Pac’Stão, 2017**

Título	Data de postagem	Ficha técnica	Licença Youtube	Métricas (do dia 31/06/2017)
<u>Roda de Rima Pac’Stão, Manguinhos, Rio de Janeiro</u>	05/10/2016	Filmagem e edição: Benjamin Forgaty	Padrão	682 visualizações 24 likes positivas 0 likes negativas

<u>Literatura e poesia marginal com Xandy MC</u>	08/09/2016	Filmagem e edição : Ian Miranda	Padrão	2815 visualizaciones 246 likes positivas 2 likes negativas 11 comentários
<u>[Cypher] Straight Outta Pacstão! Coletivo Pac'stão + GritoFilmes</u>	29/03/2017	Direção, Filmagem e Edição: Ian Miranda. Producción: Chrisbeatszn. Voces: 2D, Xandy, Leonicio, Tapre, Maya. Bailarines: Isaque IDD e Severo IDD/ Thoney & Dopre	Padrão	43145 visualizaciones 2k likes positivas 84 likes negativas 196 comentários
<u>Leonicio - Declínio. [CLIPLE] Prod. Tenda do Alquimista</u>	23/05/2017	Edição/Foto/Vídeo: Leonicio	Padrão	1872 visualizaciones. 113 likes positivas. 5 likes negativas. 48 comentários.

Fonte: Weihmüller (2017, p. 123-124).

Como componente narrativo geral dos videoclipes identificamos uma estratégia comum às chamadas "culturas juvenis", que busca transformar ou subverter em emblemas identitários os estigmas e preconceitos sociais (Reguillo, 2000) que marcam negativamente os jovens negros moradores de favelas. O uso de metáforas é recorrente. Assim, o fato de fazer hip-hop é apresentado nas rimas como um "crime", que possui muitos "bandidos", "libertando mentes" através do hip hop e seu "papo reto". Eles têm "armas", o "dedo no gatilho" para que "o ódio se torne um sorriso". Eles consomem a "droga" mais viciante, o "rap". E a mensagem é "mata ou morra, mas não calar a voz". Sátiras e ironias também são recursos estilísticos para narrar os diversos poderes e opressões que condicionam as experiências dos jovens nas favelas (privação de serviços públicos, precariedade material, falta de representação política, violência e genocídio do Estado). Como diz a rima de Leonício, no videoclipe *Declínio*: "A paz é feita de sangue, enquanto houver desigualdade / Herói morre na guerra e não existe majestade / Aqui a maioria passa por necessidade / Com os olhos fechados, mesmo assim vejo maldade".

Em termos gerais as narrativas construídas nas rimas giram em torno da valorização da identidade juvenil de favela e da vida dos próprios artistas e dos setores sociais que eles representam. De fato, como observado no trabalho de campo, os artistas, autores e "atores" dos vídeos analisados são referências para muitos adolescentes e jovens de Manguinhos. Conforme estes elementos, observamos que a potência contra-narrativa das rimas se expressa num duplo sentido: 1) desconstrói a imagem criminalizada e violenta que a grande mídia reproduz sobre as juventudes das favelas; 2) denúncia também como esse preconceito é reforçado pela ação policial genocida e racista nos próprios territórios das favelas. Lembra-se que "no Brasil um jovem negro é morto a cada 23 minutos" (Nações Unidas, Brasil, 2018 fevereiro 08, s.p.).

## 7. O estado frente os ativismos: violência e repressão

No caso dos coletivos vídeo-ativistas analisados, o uso desproporcional da "força pública" e as graves violações dos direitos humanos cometidas pela polícia durante os protestos acabaram fazendo deste o tema predominante nas narrativas. A violência policial foi a questão central abordada em 44 dos 91 vídeos publicados no *YouTube*. Outros tipos de violência, como a civil (4); populares ou dos manifestantes (1); e confrontos entre manifestantes e polícia (5), tornaram esse tema presente em quase todos os vídeos analisados.

Nos protestos violentos, a câmera se tornou a protagonista da ação. Ela assumiu um papel de proteção, segurança, como testemunha do agir repressivo do Estado e truculência das condutas policiais. Desta maneira, como indica um dos ativistas entrevistado, a câmera teve "um papel de contra-vigilância" (Sousa, 2017a, p. 205, I-7, entrevista pessoal, julho de 2014 e julho de 2015). Por exemplo, nos advocacy vídeos, a violência policial, muitas vezes, era registrada para servir como prova em futuros processos legais contra abuso de autoridade e violação dos direitos humanos dos manifestantes. Cabe esclarecer que a polícia brasileira é uma das mais mortais do mundo, com estratégias truculentas, desaparecimentos forçados, "balas perdidas" e "autos de resistência" como desculpas oficiais aos genocídios do povo negro e pobre. Assim,

para enfrentar essas práticas autoritárias e violentas, durante a cobertura dos protestos analisados, a câmera funcionou como ferramenta de defesa, como escudo-testemunha e também como chave explicativa para conseguir apresentar os fatos sob outra perspectiva. Neste sentido, a prática vídeo-ativista foi crucial para registrar as condutas policiais e acionar r posteriores processos de justiça social e defesa dos direitos humanos. De fato, a necessidade de justiça foi uma das motivações do envolvimento no vídeo-ativismo. Tal como relata um dos entrevistados:

Yo fui a una protesta y vi mucha violencia gratuita. La policía empezó a lanzar bombas de la nada y empecé a preguntarme por qué aquello pasaba. ¿Por qué las personas no pueden manifestarse? Y concluí que algo estaba equivocado. Entonces esta fue la razón por la cual yo empecé a filmar. Yo vi que las personas necesitan de más voces, de ver más allá de lo que era mostrado en los grandes medios de comunicación. La tele no reflejaba lo que pasaba en la calle. [...] Entonces yo me sentí en el deber de mostrar lo que estábamos viendo. Esto fue lo que me llevó al videoactivismo (Sousa, 2017a, p. 152-153, I-6, Coletivo Mariachi, entrevista pessoal, junho 2014).

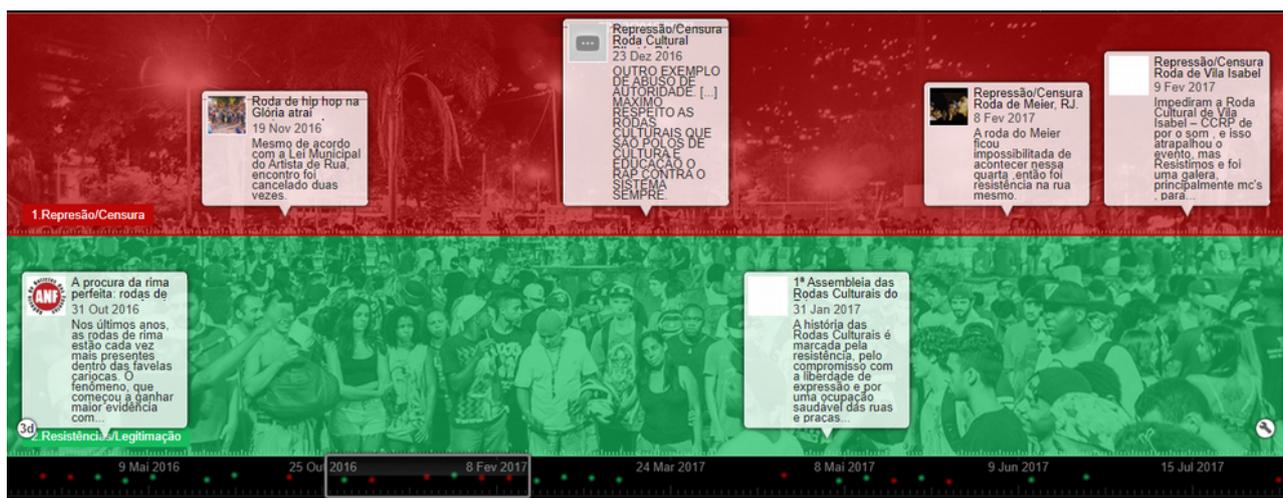
Esse tipo de testemunho é repetido em quase todos os ativistas entrevistados. Duas questões então, podem ser observadas entre as motivações envolvidas na prática vídeo-ativista: 1) ter vivenciado uma experiência de violência policial, direta ou indireta no marco da manifestação civil; 2) a consciência sobre o viés das mídia hegemônicas para narrar os protestos sociais, ignorando fatos chaves como a ação da polícia e, não representando (até criminalizando), as versões e vivências dos próprios manifestantes.

No caso das (contra)narrativas das rodas culturais, indicamos na análise dos videoclipes como elas funcionam na desconstrução do preconceito sobre do que é ser jovem, “cria” de favela. Esse preconceito racial e de classe é operado tanto no sensacionalismo da grande mídia como no agir das “forças de segurança pública”. Contudo, a elaboração da linha de tempo “*Rodas Culturais na Cidade do Rio de Janeiro, 2010-2017*” (Weihmüller, 2017) permitiu identificar outro desdobramento do uso do audiovisual para a construção de narrativas de denúncia e proteção, similar às dos vídeo-ativistas, sendo a violência policial a principal protagonista. Uma vez mais a câmera funcionou como um escudo protetor, uma testemunha “de dentro” dos acontecimentos.

O objetivo da construção dessa linha de tempo era recuperar numa ferramenta cronológica e digital os acontecimentos significativos relativos às rodas que apareciam na Internet. Após da exploração das plataformas *YouTube* e *Facebook* para encontrar estes acontecimentos<sup>45</sup>, percebemos que o movimento das rodas se desenvolvia em dois sentidos em disputa. Por um lado, existiam fatos que indicavam uma direção de *resistência/legitimação* das rodas culturais na cidade e no estado do Rio de Janeiro, e por outro, no sentido contrário, fatos que indicavam *censura/repressão* por parte da polícia. A fim de visualizar esses processos, a linha de tempo incorporou duas categorias, em vermelho *Repressão/Censura* e em verde *Resistência e Legitimação* (Figura 2):

45 Os termos de busca foram: “roda\*” ou “batalha” combinado com “cultural” ou “culturais” ou “de rima” ou “de rap”. Não foram consideradas as postagens e vídeos de usuários que não eram do Rio de Janeiro, ou que se referiam a rodas de outras localidades.

Figura 2 - Visualização das categorias repressão/Censura e resistência/legitimação. “Rodas Culturais na Cidade do Rio de Janeiro, 2010-2017”



Fonte: “Rodas Culturais na Cidade do Rio de Janeiro, 2010-2017” acesso, novembro 2019.

Na tabela 4, recuperamos vídeos e imagens identificados no YouTube e no Facebook de nove episódios de repressão/censura de rodas culturais em Rio de Janeiro entre 2014 e 2017:

Tabela 4 - Episódios de repressão/censura de rodas culturais identificados em mídias digitais (YouTube e Facebook). 2014-2017.

Vídeo e link	Texto descritivo	Autor	Data	Roda Cultural
<a href="#">Desabafo sobre a edição 144° dos frequentadores/MC...</a>	A PM reprimiu com gas pimenta e quebraram cabos de som.	Felipe Gasparry	11 Dez 2014	Batalha do Tanque
<a href="#">Roda de rima é censurada pela PM na zona sul do Rio</a>	Roda de rima é censurada pela PM na zona sul da Cidade do Rio de Janeiro	Jornal A Nova Democracia	27 Out 2015	Roda do Catete, Glória e Lapa
<a href="#">Roda Cultural de Olaria - Repressão Policial</a>	“Com abordagem irregular e opressora, todas vítimas sofreram algum tipo de agressão, verbal ou física e em alguns casos os dois tipos de agressão (como é o caso do vídeo abaixo)”.	RCO Filmes	22 Set 2016	Roda Cultural de Olaria
Vídeo fora do ar em Nov. 2019.	“OUTRO EXEMPLO DE ABUSO DE AUTORIDADE. [...] MÁXIMO RESPEITO AS RODAS CULTURAIS QUE SÃO POLOS DE CULTURA E EDUCAÇÃO O RAP CONTRA O SISTEMA SEMPRE”.	N/A	23 Dez 2016	Roda Cultural Pibetá
<a href="#">Roda Cultural do Méier - Resistência, Rima e Gastação</a>	“A roda do Meier ficou impossibilitada de acontecer nessa quarta, então foi resistência na rua mesmo.”	Rap K7	8 Fev 2017	Roda de Meier
<a href="#">Sem título (postagem no Facebook)</a>	“Impediram a Roda Cultural de Vila Isabel – CCRP de por o som, e isso atrapalhou o evento, mas Resistimos e foi uma galera, principalmente mc's , para a praça 7 fazer a roda acontecer na capela mesmo .Foi foda de ver a galera la não deixando esses comédias nos calarem”.	Perfil pessoal	9 Fev 2017	Roda de Vila Isabel
<a href="#">POLÍCIA MILITAR REPRIME RODA CULTURAL E AMEAÇA...</a>	POLÍCIA MILITAR ACABA DE AMEAÇAR PRENDER TODO EQUIPAMENTO DA QUARTA UNDER!!!! Mesmo com autorização, policia ignoraram o documento demonstrado pelos organizadores da roda.	Grito Filmes	24 Mai 2017	Roda Quarta Under
<a href="#">PM PROIBE RODA NOVAMENTE</a>	“Mais de 300 pessoas. PM gosta de reprimir rodas, não permitindo a instalação das equipes de som. A roda seguiu até sem som”.	Grito Filmes	31 Mai 2017	Não especifica
<a href="#">Sem título (postagem no Facebook, imagem)</a>	Polícia Quebra equipamentos da Roda do Pac'stão. “Fim de roda, naquele momento que juntei tudo e dei um tempo pra descansar, chega os policia correndo jogando	Perfil pessoal	6 Nov 2017	Roda do Pac'stão

	fuzil na nossa cara empurrando pra parede com aquele cuidado que nos sabemos, simplesmente não acham nada de errado e decidem jogar os equipamentos tudo no chão e quebrar o que era possível ... agora depois de um dia cansado depois de ter movimentado a cultura em nossa área fazendo Oq não fazem por nos, tenho que contar o prejuízo!!! Fé em Deus e seguimos na luta”			
--	--	--	--	--

Fonte: Elaboração própria, baseado em informação disponível: *“Rodas Culturais na Cidade do Rio de Janeiro, 2010-2017”* acesso, novembro 2019.

Na sua maioria, os vídeos indicados na tabela 4, são filmagens amadoras, realizadas improvisadamente no momento da chegada da polícia, ou posterior às intervenções. Aparecem depoimentos de artistas e do público como também a continuidade das rodas “resistindo”, apesar de ter sofrido repressão. Um elemento interessante é que produtoras audiovisuais (Grito Filmes, RCO Filmes), inclusive um dos coletivos vídeo-ativistas que formaram parte da rede em 2014 (Jornal A Nova Democracia), aparecem como autores dos vídeos. Neste sentido, é possível dizer que vídeo-ativismo e hip hop se encontram nas rodas culturais.

## 8. Considerações Finais

Neste trabalho apresentamos o diálogo entre duas pesquisas que abordaram o estudo de casos de ativismo juvenil da cidade do Rio de Janeiro, Brasil nos últimos anos: o vídeo-ativismo durante a Copa do Mundo FIFA 2014 e as Rodas Culturais em 2016, 2017. Estes casos, apesar de apresentar diferenças sobre o contexto específico de surgimento e atuação, tiveram elementos comuns. Ambos desenvolveram estratégias tecnopolíticas na dinâmica rua-mídias digitais, sendo significativa a produção audiovisual para construir (contra)narrativas sobre a ação violenta do Estado.

No caso do vídeo-ativismo, relatamos como a produção de vídeos online foi central à sua prática. Durante o mês analisado, os grupos ativistas criaram 167 obras audiovisuais para narrar os protestos que estavam ocorrendo na cidade, oferecendo uma visão ampla e crítica. Entre os elementos característicos do vídeo-ativismo foram reconhecidos: a) uma rotina de produção exaustiva e de articulação entre ações *off-line* e *on-line*; b) um trabalho de produção que inclui etapas de planejamento, ação direta, produção e viralização, conectadas ciclicamente; c) a função testemunhal do audiovisual para relatar “de dentro” os protestos a fim de disputar as versões oficiais; d) também uma função litigante e de proteção dos direitos humanos frente à truculência policial sob os manifestantes (advocacy vídeo).

Já no caso rodas culturais, o “fazer vídeos” apresentou rotinas de produção variadas. Nas mídias digitais da Roda do Pac’Stão, durante 2016-2017, foram encontrados tanto videoclipes de sofisticada produção como registros eventuais feitos com celulares ou câmeras não profissionais. A produção dos videoclipes evidenciou uma maior propagação da visibilidade da roda nessas mídias, além de ter ampliado as redes de trabalho, incorporando produtoras das favelas ou das artes urbanas. Ainda assim, os vídeos “no improviso”, produzidos em diversos eventos de Rodas Culturais na cidade, foram também significativos, ora para registrar a censura e repressão por parte da polícia, ora para documentar a cotidianidade desses encontros artísticos, como também para promover eventos, artistas e músicas.

Nas narrativas de ambos dos casos, o estado aparece como agente violento, que implementa ações truculentas e ilegais contra os ativistas, reprimindo e censurando o direito de protesto e de expressão artístico-cultural no espaço público, além de reforçar preconceitos estigmatizantes e criminalizantes sobre as juventudes ativistas. Neste sentido, os ativismos realizaram um trabalho significativo para produzir (contra)narrativas em linguagem audiovisual de caráter situado e testemunhal. Os diversos vídeos produzidos, ocuparam as mídias digitais criando circuitos e alcançando certa viralização, disputando assim, os relatos oficiais sobre os conflitos na cidade. Estas narrativas ativistas nas redes sociais têm, assim, tanto um papel disruptivo - ao promover estratégias diferenciadas para narrar as lutas sociais e a cultura urbana periférica - como de enfrentamento aos grandes meios de comunicação e às estruturas de poder, principalmente as estatais e as do monopólio da violência. Os vídeos são potentes, não somente porque “viralizam”, mas porque são capazes de demarcar um espaço autônomo onde são as juventudes as que produzem, dirigem, atuam e decidem suas narrativas.

Para trabalhos futuros sobre casos de ativismo juvenil em Brasil, consideramos que seriam linhas de investigação interessantes: a) conhecer como as manifestações do “Passe Livre” de 2013, tem influenciado ou ativismos posteriores; b) aprofundar nos perfis e trajetórias ativistas a partir de análises interseccionais; c)

explorar as relações (de colaboração, disputa, negociação, etc.) entre diferentes tipos de ativismo; d) empenhar-se em reflexões teóricas sobre o próprio conceito, e; e) considerar não só os ativismos “progressistas” senão também os de “direita”.

## 9. Referências

- Alves, R. (2015). Rima e a estética da resistência. *Matraga - Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da UERJ*, 22(37), 118–132. <https://doi.org/10.12957/matraga.2015.19934>
- Alves, R. (2016). Resistência e empoderamento na literatura urbana carioca. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, (49), 183–202. <https://doi.org/10.1590/2316-4018499>
- Brandão, C. R. (2006). 1. A pesquisa participante e a participação da pesquisa. Um olhar entre tempos e espaços a partir da América Latina. In C. R. Brandão & Danilo. R. Streck, *Pesquisa participante: A partilha do saber*. Aparecida: Ideias & Letras.
- Brasil. (2013) *Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude – SINAJUVE*. Pub. L. No. Presidência da República. lei nº 12.852.
- Canavarro, M. (2019). A data analysis on activist media from Rio de Janeiro favelas. *Comunicación y Sociedad*, 2019(0), 167–33. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7272>
- Custódio, L. (2018). *Favela Media Activism: Counterpublics for human rights in Brazil*. Lexington Books: NY.
- Dayrell, J. (2007). A escola “faz” as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. *Educação & Sociedade*, 28(100), 1105–1128. <https://doi.org/10.1590/S0101-73302007000300022>
- Estado do Rio de Janeiro. *A lei do hip-hop. Declara patrimônio cultural imaterial do Estado do Rio de Janeiro a cultura hip hop e dá outras providências...* 11 maio 2017. Projeto de Lei Nº 2799/2017. ALERJ. Recuperado: <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/scpro1519.nsf/18c1dd68f96be3e7832566ec0018d833/92d9b55a14efb63a8325811c00674c4e?OpenDocument>
- Gomes, S. S. R., & Gómez-Abarca, C. J. (2018). # Ocupaescuela, # Ocupatudo: experiencias políticas de estudantes do ensino medio em 2016, no Rio de Janeiro, Brasil. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ninez y Juventud*, 16(2), 825–839.
- Harding, T. (2001). *The video activist handbook*. Pluto Press: London.
- Lippard, L. R. (1984). Trojan Horses: Activist Art and Power. In B. Walls, *Art after modernism: Rethinking Representation*. Boston: New Museum of Contemporary Art.
- Lopes, J. (2019). Uma paisagem urbana contemporânea: Os coletivos de cultura jovens. In R. Montechiare & G. Medina (Orgs.), *Juventude e educação: Identidades e diretos* (p. 56–71). São Paulo: FLACSO.
- Magnani, J. G. C. (2002). De perto e de dentro: Notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 17(49), 11–29. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092002000200002>
- Mayorga, C. (2013). Pesquisar a juventude e sua relação com a política-Notas Metodológicas. *Estudos de Psicologia*, 18(2), 343–350.
- Nações Unidas, Brasil (2018 fevereiro 08) *ONU Mulheres chama de ‘escândalo’ morte de 23 mil jovens negros por ano no Brasil*. Nações Web Site Oficial. Recuperado: <https://nacoesunidas.org/onu-mulheres-chama-de-escandalo-morte-de-23-mil-jovens-negros-por-ano-no-brasil/>
- Pasquinelli, M. (2002). Mediactivismo (Activismo en los medios). Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. *Mapa internacional y manual de uso*. Roma: DeriveApprodi srl.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio* (Primera edición). [Barcelona] : Tlaquepaque, Jalisco, México: NED Ediciones ; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Rogers, R. (2009). *End of the virtual: Digital methods: inaugural lecture delivered on the appointment to the Chair of New Media & Digital Culture at the University of Amsterdam on 8 May 2009*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

- Rogers, R. (2013). 9 After Cyberspace: Big Data, Small Data. In *Digital Methods* (p. 250–261). Cambridge: The MIT Press.
- Scherer-Warren, I. (2014). Dos movimentos sociais às manifestações de rua: O ativismo brasileiro no século XXI. *Política & Sociedade*, 13(28), 13–34.
- Scolari, C. A. (2016). Alfabetismo transmedia. Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. *Revista Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (103), 12–23.
- Sousa, A. L. N. (2016). Videoactivismo y prácticas sociales en Río de Janeiro. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 0(14), 216-237–237. <https://doi.org/10.15213/redes.n14.p216-237>
- Sousa, A. L. N. (2017a). *De la calle a la red: Videoactivismo en el contexto de las protestas en contra del mundial de fútbol en Río de Janeiro (2014)* (Tese Doutorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Barcelona. 315 pp.
- Sousa, A. L. N. (2017b). VÍDEO-ATIVISMO: práticas digitais para narrar os movimentos sociais durante a Copa do Mundo da FIFA (2014). *Brazilian Journalism Research*, 13(1), 1091–1102.
- Sousa, A. L. N. & Canavarro, M. (2018). # OcupaEscola: Media activism and the movement for public education in Brazil. In *Networks, Movements and Technopolitics in Latin America* (p. 199–220). Springer.
- Toret, J., & @DataAnalysis15m. (2013). *Tecnopolítica: La potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida* (p. 178) [Pesquisa]. Recuperado de Universitat Oberta de Catalunya, Internet Interdisciplinary Institute website: [https://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20\(2\).pdf](https://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20(2).pdf)
- Veríssimo, M. (2015). As Rodas Culturais e a “legalização” da maconha no Rio de Janeiro. *Ponto Urbe*. Revista do núcleo de antropologia urbana da USP, (16).
- Vommaro, P. (2014). La disputa por lo público en América Latina. *Nueva Sociedad*, (251), 55–69.
- Vommaro, P. (2015). *Juventudes y políticas en la Argentina y en América Latina: Tendencias, conflictos y desafíos*. Buenos Aires: Grupo Editor Universitario – CLACSO.
- Weihmüller, V. C. (2017). *No ar a batida, na voz a rima, na praça a roda. Resistência político-cultural da juventude hip hop da favela de Manginhos, RJ* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Rio de Janeiro. Programa de Pós-graduação em Educação em Ciências e Saúde, Rio de Janeiro (RJ). 196 pp.
- Weihmüller, V. C. & Siqueira, V. H. F. (2017). Movimento Social, Política e Educação: O #Ocupatudo no Estado de Rio de Janeiro. *Anais 38ª Reunião ANPEd*. Apresentado em 38ª Reunião ANPEd, São Luís, Maranhão, Brasil. Recuperado de [http://anais.anped.org.br/sites/default/files/arquivos/trabalho\\_38anped\\_2017\\_GT03\\_486.pdf](http://anais.anped.org.br/sites/default/files/arquivos/trabalho_38anped_2017_GT03_486.pdf)
- Wilson, D. & Tanya S. (2010). Activism and the Ambiguities of Counter-Surveillance. *Surveillance & Society*, Kingston, n 8 (2), 166-180.



## TWITTER Y LA ARGUMENTACIÓN TECNO-COMUNICATIVA EN LA NUEVA OLA DE LA PRIMAVERA ÁRABE EN ARGELIA

### TWITTER AND THE TECHNOLOGICAL ARGUMENTATION IN THE NEW WAVE OF THE ARAB SPRING IN ALGERIA

**Irakrak, Nasma**

Universidad de Sevilla

[Nasma.irakrak@gmail.com](mailto:Nasma.irakrak@gmail.com)

**Resumen:** Argelia en 2019 presentó un nuevo episodio que revitalizó el fenómeno de la Primavera Árabe. El motor principal de las revueltas fueron las nuevas tecnologías que ofrecieron no solamente mecanismos y prácticas tecno-comunicativas para la organización y la movilización, sino también herramientas para fortalecer la fuerza argumentativa de los actores sociales. En el presente artículo se analizan, a partir del marco analítico argumentativo, las estrategias discursivas aplicadas por los cibernautas argelinos en la red social Twitter durante las movilizaciones de Argelia. En este análisis se demuestra que las prácticas tecno-comunicativas siguen teniendo un valor fundamental a la hora de movilizar la sociedad árabe a través de mensajes contundentes en vivo y *online*, que provocaron una segunda insurrección de la Primavera Árabe. Las batallas políticas y sociales que libran los indignados argelinos residen en el léxico de los mensajes producidos en las redes sociales. Es en estas mismas redes donde el poder oficial se ha visto implicado para frenar las manifestaciones.

**Palabras clave:** Primavera Árabe, prácticas tecno-comunicativas, Twitter, movilización social, discurso.

*Abstract: Algeria in 2019 presented a new episode that revitalized the phenomenon of the Arab Spring. The main engine of the revolts were new technologies that offered not only techno-communication mechanisms and practices for organization and mobilization, but also tools to strengthen the argumentative force of social actors. This article analyzes, based on the argumentative analytical framework, the discursive strategies applied by Algerian netizens on the Twitter social network during the Algerian mobilizations. This analysis shows that techno-communication practices continue to have a fundamental value when it comes to mobilizing Arab society through forceful messages live and online, which caused a second insurrection in the Arab Spring. The political and social battles waged by the outraged Algerians reside in the vocabulary of the messages produced on social networks. It is in these same networks where the official power has been involved to stop the protests.*

*Keywords: Arab Spring, techno-communication practices, Twitter, social mobilization, discourse.*

## 1. Introducción

La ola del cambio surgida en 2011 en los países árabes trajo, por un lado, cambios sociopolíticos considerables, como la caída de los regímenes autoritarios en Egipto, Libia y Túnez, y por otro lado, reformas constitucionales en países como Marruecos y Jordania. Sin embargo, esta Primavera Árabe, tal como la han bautizado los medios de comunicación, se convirtió en poco tiempo en un otoño amargo repleto de convulsiones y guerras civiles sangrientas, como las acontecidas en Libia, Siria y Yemen. Estas consecuencias repercutieron negativamente sobre dicho fenómeno, sentenciando por acabado el espíritu primaveral del activismo sociopolítico árabe.

No obstante, el anhelo de cambio político y social parece que permaneció floreciendo en el corazón de los jóvenes con la aparición de una segunda ola de cambio, que invocaba de nuevo al escenario político árabe el fenómeno de la Primavera Árabe. Esta ola se extendió a través de los movimientos populares en Sudán y Argelia y logró así mismo derrocar a sus respectivos presidentes, Omar al Bashir y Abdelaziz Bouteflika. El éxito de las protestas fue acompañado en cada momento por la tecnología de la información, que se ha convertido en una aliada del ciudadano. Las redes sociales han permitido la organización de movimientos sociales facilitando la participación ciudadana, que se caracterizó por la efectividad y la interactividad.

El acceso continuo a la información directa y real empodera al pueblo, sobre todo cuando se trata de un mundo carente de libertad de expresión y sometido a una censura de los medios de comunicación convencionales. Eso revela que el poder de las nuevas tecnologías de la información sigue floreciendo en el mundo árabe y continúa provocando impactos sobre la vida política y social de los distintos países. Por consiguiente, son herramientas que están asentando las bases de una segunda ola de manifestaciones y de indignación social, dando alas al activismo tecno-político árabe, que está luchando por la democracia, la libertad y la justicia.

Partiendo de estas premisas, en el presente artículo pretendemos estudiar a partir del marco analítico argumentativo las estrategias discursivas aplicadas por los cibernautas en Twitter. Esas estrategias discursivas se emplearon para informar, crear una opinión pública, persuadir y provocar una reacción sociopolítica durante las movilizaciones argelinas. A partir de ello, demostraremos la importancia de las prácticas tecno-comunicativas a la hora de movilizar la sociedad árabe a través de mensajes contundentes que han incitado a una segunda insurrección de la Primavera Árabe. En este estudio se pretende acercar este fenómeno al lector a través de muestras de mensajes de tuits enfocados desde los tres principales ejes que vamos a tratar: el léxico dominante, el discurso religioso y el poder oficial.

## 2. El tecno-activismo: una segunda insurrección de la Primavera Árabe

La falta de libertades, la crisis económica, la ausencia de democracia y el paro juvenil son las causas principales que impulsaron a los jóvenes argelinos salir a la calle el 22 de febrero para manifestar su indignación por la candidatura a la reelección del presidente de Argelia Abdelaziz Bouteflika. En esas protestas reclaman un cambio radical que acabe con el régimen autoritario. Las reclamaciones, la forma de organización de las movilizaciones y las causas que han provocado las protestas en Argelia son similares a lo sucedido durante la Primavera Árabe del 2011. En el *Financial Times* el corresponsal para Oriente Medio, Andrew England, indicó que:

Muchos vieron la llamada Primavera Árabe como un fracaso. (...) Estallaron conflictos en Libia, Siria y Yemen que siguen infligiendo miseria a millones de personas hoy en día, al tiempo que muchos gobiernos árabes reaccionaron volviéndose todavía más opresivos en su afán de ahogar el mínimo soplo de disensión. Los gobernantes también han usado los ejemplos de Libia y Siria para agitar el miedo entre su gente y advertir contra la movilización. Pero Sudán y Argelia demuestran que a las poblaciones indignadas no siempre se las logra acobardar (Guzmán, 2019)

El hartazgo del pueblo se manifestó en las movilizaciones que se iniciaron en las redes sociales y continuaron en las calles de Argel, donde se observaban multitudes de jóvenes que gritaban y tuiteaban «¡fuera Bouteflika!», «¡fuera la banda!». El detonante principal del descontento social se explica en el hecho de que Abdelaziz Bouteflika es un presidente que permaneció en su cargo veinte años a pesar de su delicada salud, aún así pretendía presentarse a las próximas elecciones, es decir, a su quinto mandato. Así, como respuesta a las movilizaciones pacíficas, el presidente se retiró el 2 de abril de 2019, pero dejó el país dirigido por los integrantes de «la banda», tal como los denominan sus detractores en las redes sociales. Mientras el presidente interino a cargo del Estado, Abdelkader Bensalah, abogaba por un diálogo nacional y unas elecciones que pusieran fin a la crisis política argelina, los manifestantes reclamaban con más

obstinación la caída del régimen autoritario rechazando cualquier tipo de diálogo con «la banda». Por tanto, la ira de los manifestantes no cesaba con la renuncia de Boutflika, sino que continuaban las protestas contra el jefe del Ejército y antiguo socio del mandatario, general Ahmed Gaïd Salah, quien ha permanecido al mando del Ejército durante quince años.

Ahora bien, las revueltas árabes surgidas a finales de 2010 se basaron principalmente en redes sociales como Twitter y Facebook. Estas redes fueron las herramientas tecnológicas claves para la expansión de las movilizaciones en el mundo árabe. En este marco, se utilizaron con el fin de comunicar e interactuar sobre la realidad sociopolítica del mundo árabe y así mismo expresar libremente la indignación y la inquietud por los indignados, ya que en esta segunda década del siglo XXI, los oradores de las plazas públicas están siendo sustituidos por las redes sociales. Aunque también sigan hablando en las concentraciones públicas, estos oradores incrementan su eficacia y el eco de sus mensajes gracias a redes como Facebook y Twitter. (Carrión, 2014)

Facilitar el acceso a la información en un tiempo real de manera sutil a un pueblo cuyos medios de comunicación convencional están constantemente sometidos a la censura ha otorgado un gran protagonismo a las redes sociales en los países de la Primavera Árabe, ya que fueron consideradas como un enlace entre los acontecimientos ocurridos en la calle y la información que se transmitía, que poco después era a su vez emitida por los medios de comunicación convencionales, tanto árabes como internacionales. Esos medios de comunicación oficiales intentaron minimizar lo que estaba ocurriendo en realidad en las calles al ignorar las movilizaciones populares como si no estuvieran ocurriendo en la vida real. De esta forma las redes sociales en la Primavera Árabe fueron un actor y un estímulo para los cambios políticos y sociales, y adquirieron un papel significativo en los diversos movimientos de protestas en el mundo (Vallespín, 2011:58). Así que no podemos dejar de mencionar los titulares periodísticos en 2013 que denominaron las revueltas árabes como «la revolución de Facebook» al referirse a los jóvenes que usaron sus perfiles en Facebook como motor de dichas revueltas (Barón, 2015).

Se estima que fueron más de veinte millones de árabes los que utilizaron las redes sociales Facebook y Twitter como motor de las revoluciones, las cuales desempeñaron al mismo tiempo un papel de su suma importancia al dejar la difusión total de la información sin censura, fenómeno derivado de los propios usuarios de la aplicación (Ajam, 2011). En concreto, «Twitter es un ejemplo del poder de la audiencia. Este es un servicio de las redes sociales y *microblogging* que permite a sus usuarios enviar mensajes de solo texto [...]. Los periodistas y los medios ya no deciden qué se publica y qué no se publica. Ahora lo deciden los lectores» (Flores, 2009: 78).

### 2.1. Movilización argelina y las redes sociales

Especialmente en 2019 en Argelia las manifestaciones han sido también movilizadas por las redes sociales. Se podía leer en Twitter y las pancartas: «Protesta pacífica, Estado terrorista» o «pueblo educado, Estado delincuente». Y también: «Basta de dictadura y represión, la solidaridad es nuestra arma», «limpiar la corrupción significa empezar desde arriba». Por tanto, los cánticos apuntaban hacia el jefe del Ejército: «¡Bouteflika, tú te vas a ir y llévate contigo a Gaïd Salah!», «Gaïd Salah, cómplice del sistema», «¡Cállese! El Ejército no le pertenece a usted. El ejército es del pueblo. ¡Váyase!» (Peregil, 2019).

En este contexto de ira y de indignación sociopolítica, el único refugio que queda a los indignados son las redes sociales. Con el aumento de la represión policial y las detenciones de los manifestantes se cierra el acceso a las plazas emblemáticas de manifestación en Argel (Boudina, 2019). «Como sus libertades no son reconocidas de manera legal, a través de las leyes, observamos medidas todavía más represivas. El objetivo final de estas movilizaciones es llegar a un Estado de derecho en el que no se produzcan arrestos arbitrarios como los que hemos visto», agregó Ait Hamadush (Ouabou, 2019).

Con el tecno-activismo el muro del miedo y el silencio se ha derrumbado para los argelinos tras las movilizaciones pacíficas lideradas por el pueblo, unas movilizaciones sin precedentes, organizadas y promovidas a través de las redes sociales, que han sorprendido a los observadores de la política argelina y al mundo, puesto que Argelia es un país que ha podido superar las revueltas de 2013 con sutileza.

En este marco, cabe recordar que Argelia desde 1988, fecha del levantamiento popular de los jóvenes por el desempleo y las duras medidas de austeridad, no había experimentado un movimiento masivo de tal magnitud. Las protestas han convertido a los argelinos en actores del sistema político, la batuta ahora no está tan sólo en manos de partidos políticos o de miembros cercanos al poder, también está en las manos del pueblo.

Las redes sociales han contribuido a la propagación de las protestas al participar en su organización y difusión (Tomasotti, 2012). Twitter, Instagram y Facebook son plataformas que han dotado a sus seguidores de información que los medios convencionales no ofrecen. Esas redes han permitido visibilidad a las protestas y han sido precursoras de las primeras de ellas:

El inicio de las primeras manifestaciones a principios de febrero tuvo lugar en Kabylie, según Adel Saadoun, desempleado que acude cada viernes a las concentraciones de Argel a partir de los llamamientos escritos un mes antes en Facebook. “Sin las redes sociales, el movimiento popular habría sufrido el mismo fracaso que las pasadas tentativas de 2008 y 2011 cuando los militares hicieron frente al prolongamiento de los mandatos”, afirma (Blanco, 2019).

En este periodo, la censura y el silencio mediático se fomentan de manera considerable ante las protestas. Los medios convencionales transmiten la información oficial del régimen, que en su mayoría son reportajes de entrevistas con personas que lo apoyan. La desinformación, emitir noticias confusas, vídeos sin audio, etc. son algunas estrategias que se aplican para disimular cualquier revuelta. Mientras tanto, en las redes sociales se mantiene la información en vivo, se comparten imágenes, vídeos y ubicaciones de las protestas.

Por tanto, la forma de organización y movilización de las protestas en Argelia observamos que es similar a lo que sucedió en 2011 con la Primavera Árabe. Recordemos que la convocatoria de las protestas en la plaza Tahrir se realizó a través de Twitter y Facebook, sin olvidar la página *We are all Khaled Said* del informático Wael Ghoimi, que incitó a las manifestaciones del 25 de enero de 2011 en Egipto (Gracia, 2011:168). Así que el uso de las redes sociales para informar al pueblo y contrastar las noticias falsas publicadas por el régimen ha sido un patrón destacado tanto en la Primavera Árabe del 2013 como en las protestas de Argelia de 2019.

La inmediatez, la conversación en tiempo real y la agilidad en la transmisión de la información contribuyeron a la difusión de convocatorias para las concentraciones en los lugares de las manifestaciones, como por ejemplo en la Plaza la Grande Post. A partir del ciberactivismo, miles de personas se organizaron para crear movimientos sociales. Para el pueblo las nuevas tecnologías de la información eran un medio para reivindicar y manifestarse haciendo, de este modo, llegar su voz al mundo entero sin miedo y sin ataduras.

Las redes sociales constituyeron una herramienta que pudo ser utilizada tanto por los revolucionarios como por los gobernantes. Esto no significa que con Internet se alcanzara la libertad absoluta, ya que también ha sido usado por las autoridades y su información fue objeto de una serie de manipulaciones por parte de las fuerzas gobernantes. Como prueba de ello, la aparición de bulos y del fenómeno llamado «las moscas electrónicas», que están presentes para controlar y desviar del principal objetivo a todos los ciberactivistas que se rebelan en contra de régimen. Algunos activistas reciben amenazas e incluso llegan a cerrar sus cuentas de Facebook, como es el caso de Lakhdar, un joven ciberactivista: «Decían constantemente que la revolución no iba a tener éxito, además envían mensajes con insultos y nos amenazan con atacarnos físicamente». (Blanco, 2019)

Así pues, a través de las plataformas Facebook, Twitter y Youtube se han podido denunciar los abusos y el control que estaban sufriendo estos jóvenes revolucionarios por parte de sus gobiernos. Estas plataformas han servido como fuente de información al conseguir sensibilizar a la comunidad internacional. Las redes sociales facilitaron la libertad de expresión y de opinión que permitió acceder a la información sin cortapisas, y al mismo tiempo asociarse con mucha más facilidad a otras plataformas para reclamar el cambio.

### 3. Metodología de estudio: el discurso argumentativo

La Argumentación es la disciplina que estudia las técnicas discursivas que facilitan la adhesión de un auditorio. Esta disciplina ha surgido como herramienta cognitiva con los estudios lógicos modernos y ha contribuido de forma determinante al enriquecimiento de las prácticas lógicas al abrir más horizontes en el dominio de la comunicación. Esto justifica la diversidad de los campos cognitivos que se interesaron por la Argumentación, como la Filosofía, la Lógica, la Retórica, etc. La Argumentación ha dado un giro cognitivo a la historia de la Filosofía, que, gracias a las recomendaciones filosóficas de este campo cognitivo, se ha podido liberar del predominio del pensamiento cartesiano, obsesionado por la lógica matemática y la lógica formal (Carrilho, 1992). Por consiguiente, la teoría de la argumentación aboga por la naturaleza del lenguaje como una herramienta persuasiva y orientativa que dirige al receptor. La nueva retórica, representada a partir de los estudios de Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca (1958), S. Toulmin (1958), y J. C. Anscombe y O. Ducrot (1983), ha considerado el lenguaje como una herramienta comunicativa que incide en el público, es decir, lo que define la naturaleza del lenguaje es su carácter persuasivo (El Mouden, 2019: 146).

Las principales teorías de la Argumentación, desde los esfuerzos filosóficos de los pensadores y lingüistas como Chaim Perelman, Jean-Claude Anscombe y Oswald Ducrot, servirán en nuestro análisis para describir las fórmulas argumentativas adoptadas en los mensajes producidos en Twitter durante las protestas de Argelia. La Argumentación, como marco metodológico que dirige y orienta nuestro análisis del discurso, concederá parte del espacio de estudio a conceptos analíticos del discurso planteados por Van Dijk, como el discurso y la ideología, el discurso y el conocimiento, y el poder del discurso, entre otros.

Por tanto, el objeto de estudio en este artículo se basa en las publicaciones de Twitter durante las movilizaciones de Argelia en 2019, concretamente de febrero a agosto de este mismo año. Los mensajes han sido rastreados a través del buscador de la misma red social tomando como criterio de selección las páginas de usuarios con más seguidores. Así, se han podido escoger algunas muestras de mensajes de Twitter para sus análisis, tal como se expone más adelante. El propósito del estudio es analizar los mensajes utilizados en esta red social destacando las formas discursivas que han adoptado los mensajes de Twitter con la finalidad de encauzar y persuadir al público o a sus seguidores hacia una determinada posición. Twitter aquí, no es solamente un medio técnico comunicativo, sino retórico y argumentativo.

Cabe resaltar que Twitter es una red que permite al usuario crear su propia página y enviar tuits, texto breve en forma de mensajes que no superan ciento cuarenta caracteres, un mensaje breve que puede cambiar la opinión de sus seguidores o *followers* y producir cambios sociopolíticos. La estructura del mensaje, que se caracteriza por la brevedad, requiere que éste sea condensado, sólido y conciso, es decir, retórico y argumentativo.

#### **4. Análisis argumentativo del discurso en Twitter durante las protestas de Argelia**

En nuestro estudio, consideramos que el análisis argumentativo del discurso es una convención analítica que parte de un concepto que radica en que cada discurso, cualquiera que sea su naturaleza, contiene una intención argumentativa (Parret, 1982:32). Cada discurso es portador de un valor o convicción que el orador se esfuerza para que alcance la aceptación del receptor. Por eso, el análisis argumentativo permite descifrar la estructura lógica que organiza el uso del lenguaje en el discurso. Dicha estructura sirve para asegurar la realización de las intenciones comunicativas sobre las cuales se construye el discurso. En este sentido, Twitter como mensaje es un portador de intenciones comunicativas a través de una lengua natural, que marca en definitiva la naturaleza de su discurso técnico/retórico. Cada discurso se considera una estructura organizada que posee unas reglas que condicionan el procedimiento de la semántica global, ya que cada discurso es una sucesión que contiene el propósito y el significante, cuyas relaciones entre sus enunciados no son arbitrarias (Reboul y Moechler, 2005:163). Además, consideramos que la realidad de un discurso no se limita a las posibilidades semánticas y léxicas, sino que se extiende hacia posibilidades externas en las que los emisores y los receptores del discurso asumen una función central y adicional, ya que los enunciados poseen una fuerza clara basada en la intención de alcanzar un impacto en el otro para hacerle adoptar una opinión o lograr que cambie su posición (Michel Meyer, 1993).

Ahora bien, en las protestas de Argelia la red social Twitter ha desempeñado un papel de suma relevancia en la movilización social, pues a través de ella se han podido transmitir mensajes, tuits, que llegaron a producir cambios políticos apreciables. La interacción y la inmediatez son las características de este canal de comunicación en el cual las tendencias discursivas de la indignación se manifestaron a través de las temáticas que predominaron en los mensajes publicados en Twitter. Temáticas como cambio político, poder oficial, islam político, derrocamiento de régimen o reclamaciones sociales han sido abordadas por Twitter en el periodo analizado.

En este sentido, diversos autores como Negroponte (1995), Canel Crespo (1999) y Castells, han destacado el gran poder que tienen las redes sociales para la democracia y el cambio social y su papel en la transformación social y política. En este contexto, consideramos que el poder de Twitter no se ha basado tan sólo en las temáticas que se han manejado, sino en la estructura que construye el discurso argumentativo. Tampoco se limita su dominio a la difusión y organización ni a alcanzar a la audiencia, sino que alcanza también a la estructura argumentativa y lógica de dicha red, que se caracteriza por la contundencia y brevedad, ya que la estructura de los mensajes de Twitter por sí misma es una estructura retórica que requiere precisión y contundencia. La naturaleza de Twitter otorga al mensaje una fuerza discursiva que ha llegado a movilizar a todo el pueblo argelino.

Twitter es una herramienta de construcción y difusión del mensaje que dota de visibilidad al contenido y da espacio a los creadores del mensaje que en este caso son los indignados. Esta red está consolidada por el tipo

de discurso que construye, un discurso que goza de capacidad de difusión, de visibilidad, de impacto, pero que también está basado en la lógica interna de la estructura discursiva. Por lo tanto, el lenguaje, el léxico y la repetición de las palabras forman parte de la estructura argumentativa del discurso.

#### 4.1. Arsenal léxico en las protestas tecnológicas en Argelia

Los términos usados en cualquier discurso construyen una realidad semántica, una referencia temática y de valores. Dentro de un marco interpretativo, el léxico condiciona la recepción del discurso al ejercer una orientación discursiva sobre los receptores. Por eso, una de las batallas políticas y sociales que libran los indignados argelinos se encuentra en el marco discursivo y más concretamente terminológico.

Los siguientes tuits expuestos manejan terminología que refiere a una realidad cultural y social, así como a una política demandada. Se desarrolla una estrategia discursiva a base de la resonancia semántica que van a inducir los términos específicos que se utilizan en Twitter tal como se analiza a continuación.

Tuit1



Tuit 2



En el primer tuit, un ciudadano argelino indignado lanzó su mensaje con un léxico político no usual en los debates oficiales de los políticos en el espacio público argelino, un lenguaje coloquial cercano y dirigido a todas las clases sociales para conseguir mayor repercusión y concienciación. Transmite los lemas como un portavoz de los indignados delimitando el techo de las reclamaciones políticas.

Se trata de una reclamación de los indignados para sustituir al líder argelino Bouteflika, un presidente obsesionado con el poder que, a pesar de su avanzada edad, sigue queriendo prolongar su mandato a una quinta legislatura. El techo de la reclamación política es similar a las demandas de las revueltas de la Primavera Árabe. Hoy en estas protestas tecno-políticas se fija el techo político lexicalmente: «República no monarquía, Bouteflika, no habrá una quinta legislatura». Filtrar discursivamente este léxico entre la opinión pública forma parte de una estrategia tecno-discursiva que trata de normalizar algunos conceptos censurados y de fijar unos límites altos del cambio político.

En el segundo tuit se comenta: «No prestáis atención a las disonantes voces que habla en nombre de los argelinos e intentan prohibir #elhirak argelino revolucionario, ellos no son más que *Shabiha* y *Baltaguia* del régimen». Aquí hay dos términos especialmente claves: «*Shabiha*» y «*Baltaguia*», dos conceptos que apelan a la Primavera Árabe, ya que el primero de ellos alude al grupo paramilitar sirio leal al régimen del Assad. La palabra «*shabiha*» significa coloquialmente fantasmas o sombras del régimen. El segundo concepto, «*Baltaguia*», es un término coloquial egipcio, cuyo uso fue frecuente en la revolución egipcia del 2011, especialmente para reforzar la fuerza policial y atacar a los manifestantes y a los indignados en la plaza Tahrir en El Cairo. Ese término se refiere a matones o secuaces pagados por el régimen de Hosni Mubarak para luchar contra la oposición.

Tuit 3



Tuit 4



En el tercer y cuarto tuits figura de forma más directa un conjunto léxico propio de la rebeldía heredera de la primera ola de la Primavera Árabe, aparece un acervo de vocabulario revolucionario como «*Āl hirak*», «*degage*», «*ash-haub arabia*» (pueblo árabe). Mencionar a todo el pueblo árabe, hablando en su voz, es un giro fundamental en el discurso reivindicativo de los movimientos sociales árabes. La expansión semántica de estos vocabularios fortalece argumentativamente el tejido reivindicativo a través del discurso tecno-político de los argelinos, un discurso que reclama cambio político, democracia y justicia.

Por lo tanto, la función comunicativa y argumentativa que resaltan los cuatro tuits consiste en formar el arsenal léxico para invadir el espacio público e imponerlo como una realidad. La tendencia a amueblar las redes sociales, en este caso Twitter, con un léxico específico que conecta el contexto discursivo de la Primavera Árabe de 2011 con la segunda ola, que ha invadido países como Sudan, Líbano incluso Egipto, forma parte de la estrategia comunicativa y argumentativa. Un acervo de léxico que está orientado a la estrategia del discurso tecno-político en Argelia donde aparece una terminología con unas fuentes semánticas que generan fuerzas discursivas y argumentativas y sientan así mismo las bases de un cambio que se está moviendo a través del discurso.

#### 4.2. Religión y política en Twitter

Uno de los desafíos que ha enfrentado la sociedad árabe durante sus manifestaciones y reclamaciones de un cambio sociopolítico real es la gestión de la relación convulsa que existe entre la política y la religión. Esta última constituye un elemento principal en la identidad de los países árabes, es un referente inseparable de la identidad del Estado y el pueblo, a pesar de la existencia de un debate permanente en el mundo árabe sobre la religión y el tipo de relación que se debe establecer entre ésta y la política (Castien Maestro.2010: 77). Esa polémica proviene de la existencia por un lado de algunos miembros que están a favor de instituir la ideología islámica en la política ya que, según ellos, con la religión musulmana se gestiona perfectamente la misma. Pero precisamente ese grupo durante años ha sido excluido de participar en unas elecciones libres y democráticas (Martínez-Fuentes, 2018). Por eso surge el paradigma del islam político (El Mouden, 2019 :29) que ha retomado el primer plano en la política árabe, especialmente cuando ha logrado una gran victoria en las elecciones electorales en algunos países como en Egipto, Túnez y Marruecos en el 2011(Canevari, 2018). En este sentido, es menester señalar que los regímenes dictatoriales apelaron al miedo al islamismo y eso coloca a los partidos islamistas en una posición de ventaja en comparación con las formaciones seculares, a las que pertenecían los líderes derrocados marcados por la corrupción y la opresión. Y por otro lado, encontramos otro grupo que reclama la separación entre política y religión. El islam político reclama una perspectiva meramente religiosa aplicada sobre la política árabe.

En este marco, aparece Argelia como sociedad árabe que ha experimentado el islam político en su historia, ya que a lo largo de diez años, desde 1991 a 2002, se enfrentó el régimen a varios grupos rebeldes islamistas. En esta década negra murieron casi doscientas mil personas, unos años de plomo que marcaron el pensamiento y la ideología de la sociedad argelina actual. (Martínez Hoyos, 2019)

Tuit 5



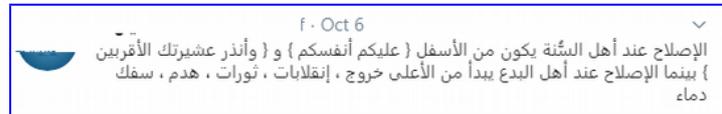
Tuit 6



Tuit 7



Tuit 8



En este marco, aparecen los siguientes tuits: (5) «Todos reclaman a los corruptos, pero nadie quiere cuestionar a quienes han destruido la religión, parece que el dinero es más importante que la religión y la ética, #estamos con el ejército y sus dirigentes». (6) «Que sepan todos los ciudadanos que el ejército no nos necesita tal como lo necesitamos nosotros, pedimos a Dios la salvación y la conciliación, todo somos militares en la necesidad, # estamos con el ejército y sus dirigentes». (8) «La reforma para los sunitas empieza por abajo (primero vosotros mismos), y luego (mira a tus compañeros) mientras la reforma para gente de las herejías empieza de arriba, levantamientos, revoluciones, destrucción y matanzas».

Las proclamas coránicas destacadas en estos tuits hacen referencia al texto sagrado pretendiendo actuar de una forma coercitiva sobre la conciencia del pueblo argelino, que se moviliza en contra de la corrupción política y las desigualdades sociales.

A partir de estos mensajes desatacamos que están resurgiendo los motivos del miedo y las matanzas vividos en el periodo de plomo. El uso de vocabulario y terminología religiosa y frases hechas sacadas del libro sagrado de los musulmanes, el Corán, pone de manifiesto la insinuación y referencia hacia la relación convulsa que existe entre el islam y la política en Argelia. Por eso observamos que estos mensajes están cargados de referencias religiosas, y con una perspectiva mística al abordar el asunto para dar visibilidad al discurso religioso en el espacio público, ese espacio que invita al debate y a la gestión de la diversidad de fuerzas que vertebran el activismo en Argelia.

Es evidente que los sistemas dictatoriales quieren legitimarse a base de un mandato divino, entonces el poder se vale de la creencia popular religiosa que utiliza el nombre de Dios y el Corán para potenciar la idea de que el poder supremo está por encima de todo y que realmente está protegido contra los ataques de los demás. Entonces para justificar las imposiciones dictatoriales represivas y su corrupción utilizan la creencia religiosa de que, en este caso, el presidente Boutflika está por encima de todas esas reivindicaciones sociales y está amparado por tal protección divina. Es decir, una manipulación y un uso malintencionado de la creencia religiosa.

Por consiguiente, en estos tuits notamos cómo el vocabulario religioso refleja este conflicto político, incluso ideológico, que absorbe el esfuerzo por el cambio al que aspira la sociedad argelina. Observamos también cómo la red Twitter plantea a través de sus mensajes esta temática al mediatizarla, divulgarla e incluirla dentro del debate público transmitiendo incluso las distintas ideologías que forman parte de la sociedad política en Argelia. La estructura de Twitter indica la necesidad de que el discurso religioso en esta cuestión tenga un espacio dentro del debate y lo fortalezca a través de la estructura argumentativa del discurso. Prueba de ello es que cuando se menciona por ejemplo « ¡Pedimos a Dios la salvación! ¡Qué Dios cuide a los hombres bendecidos!» tuit (7), estas estructuras de plegarias y de suplicas se convierten en argumentos lingüísticos con impacto pragmático y semántico considerable que marcan la presencia de la religión y la política en las reivindicaciones de los argelinos en esta segunda ola de la Primavera Árabe.

También hay que destacar que los islamistas tienen un poder de convocatoria y de movilización bastante importante. Y ahí hay que aclarar un contexto histórico de fondo vivido en Argelia. Es decir, los argelinos todavía están sufriendo las consecuencias de la guerra interna entre los regímenes islamistas que han dejado muchas víctimas y un gran derramamiento de sangre. Por eso en la Primavera Árabe de 2011 el movimiento de Argelia se quedó aparcado, en la creencia de que el único garante de estabilidad y paz era el régimen oficial de Boutflika. En esta nueva ola, las fuerzas sociales ya entendieron el juego político, de hecho los islamistas estaban evitando hacerse visibles en las manifestaciones. Y así mismo se intentó no etiquetar las protestas con ninguna ideología para que estas estuvieran marcadas nada más que por la fuerza neutra del pueblo que les otorgó poder.

#### 4.3. El poder oficial y Twitter

En este eje pretendemos plantear los esfuerzos o la implicación del poder oficial del régimen político, de los militares que gobiernan Argelia, en las redes sociales a través de los discursos y mensajes que apoyan el dominio del poder oficial sobre la situación política de Argelia. Dicha situación está vinculada siempre con la estabilidad, la seguridad y el desarrollo. No obstante, cualquier otra reclamación externa está apoyada directamente por algún enemigo extranjero que pretenden destruir el país, lo que refuerza la teoría de la conspiración (Busquets, 2014). Estos argumentos legitiman la realidad de Argelia y el papel que ejerce el poder oficial, que trata de buscar una legitimidad política dentro de las redes sociales. Las frases o mensajes citados a continuación han sido filtrados a través de Twitter por cuentas anónimas. Lo que demuestra una nueva forma de establecer la legitimidad política del poder en el espacio público a través de las redes sociales. De hecho, a través de Twitter encontramos los siguientes mensajes o tuits:

Tuit 9



Tuit10



Tuit11



Tuit 9: «Los centros de inteligencia argelina entran en una severa guerra con los peligrosos de la inteligencia mundial francesa, judía, qatarí y turca, guerras ocultas. Apoya a tu ejército y calla. # Estamos con el ejército y sus dirigentes».

Tuit10: «La traición al pueblo significa la traición de pacto, lealtad y honestidad, y el golpe contra la pertenencia y la sociedad, lo que significa vender la conciencia y los valores y buscar la pertenencia en los abrazos de los enemigos de la nación # estamos con el ejército y sus dirigentes».

Tuit11: «Compara entre los que sucede en Irak y lo que nosotros tenemos de seguridad y estabilidad, conoce el valor de tu ejército # estamos con el ejército y sus dirigentes».

Estos mensajes transmitidos a través de Twitter señalan una amenaza encubierta del gobierno. Cuando se usan términos como «ejército», «militares», son recursos de los regímenes dictatoriales impositivos y coercitivos que pretenden desmotivar las movilizaciones, las protestas y las reclamaciones de los indignados. El uso de la palabra «ejército» significa poder oficial. En este sentido, la estrategia argumentativa del discurso se basa, además del acervo léxico, también en la comparación. Así notamos que en el tuit (11) se

compara las protestas de Argelia con la inestabilidad del pueblo iraquí. Están transmitiendo mensajes subliminales que siembran miedo y amenazan con desestructurar el sistema y perder la estabilidad que supuestamente está disfrutando el pueblo argelino, pero una estabilidad carente de libertad, justicia e igualdad. Así que el Estado intenta invertir en discursos basados en estrategias comunicativas relacionadas con las repeticiones y el elogio a los líderes para influir y transformarlo en una realidad.

Los tuits expuestos indican claramente la implicación de los poderes de régimen en esta segunda ola de la Primavera Árabe. La estructura discursiva de estos tuits intenta filtrarse y crear una visibilidad al poder oficial, es decir, existe otra fuerza que está apoyando este discurso del poder, dando legitimidad al poder oficial.

Los poderes oficiales están infiltrados e implicados en el juego de las redes sociales y en el espacio público, ya que no se limitaron tan solo a cerrar redes sociales o bloquear su acceso, sino que los mismos poderes utilizaron Twitter en las batallas por la opinión pública y en el debate público. Es decir, estamos ante una nueva forma que se refleja en dos aspectos principales: primero, los regímenes árabes ya están aprendiendo que las batallas verdaderas sobre el cambio político y la influencia en la opinión pública se libran dentro de las redes sociales. Y segundo, los regímenes árabes han aprendido de la Primavera Árabe que las redes sociales tienen un poder determinante a la hora de provocar activismo social político y también de organizar estrategias de movilizaciones, provocar o construir un discurso de impacto, un discurso argumentativo tecnopolítico que invita al público a adherirse a los ideales del cambio político.

El poder oficial se ha dado cuenta de la importancia de las tecnologías de la información y de la comunicación para modificar visiones y movilizar gente y para crear estrategias discursivas potentes. El poder oficial se ha visto en esta ola implicado en las redes sociales, por lo que ha invertido su dominio y su voluntad para parar las protestas e influir y provocar incertidumbre acerca de la revolución argelina a través de las redes sociales.

## 5. Conclusiones

La movilización argelina ha formado parte de la segunda ola de la Primavera Árabe, que a través de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, especialmente en este caso analizado la red social Twitter, se dirigió a un espacio alternativo para librar batallas de legitimidad entre el poder oficial y los manifestantes. En Twitter los argelinos incorporaron un arsenal léxico discursivo que apela a la Primavera Árabe del 2011. A partir de los mensajes breves publicados por ciudadanos argelinos en la mencionada red social, se ha demostrado su capacidad de organizar, movilizar y construir estrategias discursivas, a sabiendas de que a priori salir a protestar en la calle no es, hoy en día, un espacio decisivo en el que se ganan las batallas políticas.

El acercamiento argumentativo al léxico en los modelos de tuits analizados ha demostrado que el uso de un determinado léxico puede imponer un discurso específico relacionado con la primera ola de cambio. Así, los discursos de Twitter en las protestas de Argelia han trasladado la opinión pública argelina a los contextos de la Primavera Árabe con el uso de terminología rebelde como «*hirak*», «*Shabiha*» y «*Baltaguia*», «*ash-haub arabia*». Estos conceptos tienen connotación semántica extraída del marco cognitivo y de valores que ha dejado la Primavera Árabe en la memoria histórica del ciudadano árabe. Por tanto, aquí se revela que los tuits intentaron amueblar el espacio público con una terminología cuya resonancia semántica y pragmática lleva a una mayor implicación en los contextos de la Primavera Árabe. Lo que significa que no estamos ante una simple manifestación, sino delante de una revolución que puede acarrear cambios considerables, como una caída del régimen, igual que sucedió en Egipto, Sudán y Libia. Este acervo léxico hace temblar al adversario político, pues marca el techo político de un cambio radical del régimen, del mismo modo que dibuja un contexto de Primavera Árabe construido por el poder discursivo, términos que crean un marco interpretativo que nos hace pensar en una atmósfera revolucionaria.

Otro elemento que cabe destacar es el discurso religioso, las proclamas coránicas elevadas en los tuits analizados. La referencia al texto sagrado pretende, por una parte, actuar de una forma coercitiva sobre la conciencia del pueblo argelino. Y por otra, la religión, que es parte destacada de la identidad árabe, ha sido considerada como una amenaza para el cambio reclamado debido al enfrentamiento ideológico e histórico existente entre los que apoyan el islam político y los que están en contra. Por lo tanto este enfrentamiento favorece al poder oficial, ya que divide a los manifestantes argelinos.

No obstante, el discurso religioso que se evalúa en los tuits seleccionados contiene un vocabulario que pertenece a la ideología musulmana que forma parte de la cultura del país sin conexión con la política. No estamos realmente ante un islam político, solamente estamos ante un discurso religioso de Twitter, pero que surge naturalmente como surge la cultura de los argelinos. Por lo tanto los mensajes no tienen connotaciones

del islam político, sino que los podemos considerar como una estrategia discursiva de los tuits para consolidar la voluntad de los manifestantes de no ser etiquetados con ninguna ideología política. Los mensajes de los tuits están cargados de referencias religiosas con una perspectiva mística que da visibilidad al discurso religioso en el espacio público, ese espacio que invita al debate y a la gestión de la diversidad de fuerzas que vertebran el activismo en Argelia.

Otro punto de relevancia en este análisis es el poder oficial, que se ha implicado en las redes sociales y ha invertido en las nuevas tecnologías para parar las manifestaciones y las olas que reclaman el cambio. El Estado ha sido consciente y ha valorado el poder de las redes sociales. Los regímenes árabes han aprendido del fenómeno de la Primavera Árabe en cuanto a considerar que las redes sociales en general tienen un poder determinante para provocar activismo social y político y por supuesto para organizar estrategias de movilizaciones, provocar o construir un discurso de impacto que invite a adherirse a una determinada posición.

En definitiva, la red social Twitter ha desempeñado un papel importante para establecer un determinado discurso político de los manifestantes. Ese discurso se basa en hacer visibles sus reclamaciones, plantear posibilidades de cambio, movilizar y convencer a la opinión pública argelina para implicarse. Es más, ha dado legitimidad a estas manifestaciones a través de un discurso argumentativo en Twitter que se caracteriza por su capacidad de efectividad a la hora de provocar más impacto en la opinión pública y organizar la acción tecno-comunicativa.

## 6. Referencias

- Ajam, M. (2011). «Twitter» wa «Facebook»...Zaiimaa Tawarat «arabie al arabi» [« Twitter » y «Facebook»...líderes de la «Primavera árabe»]. Charq Aswsat. Disponible en: <https://goo.gl/ZNQAGF>. [Fecha de consulta: 15/2/2020]
- Barón, L. F. (2015). *¿Revolución de Facebook? Medios sociales y movimientos sociales durante la Primavera Árabe de Egipto*. Trans-Pasando Fronteras, (7), 21-38.
- Blanco, P. (2019). *Las redes sociales, una puerta hacia la libertad informativa de Sudán y Argelia*. El Salto. Disponible en: <https://bit.ly/2WSMB08>. [Fecha de consulta: 17-1-2020].
- Boudina, R. (2019). *Las protestas continúan en Argelia pese a la represión y la caza de brujas*. Infobae. Disponible en: <https://bit.ly/3fMZMs8>. [Fecha de consulta: 17-1-2020].
- Busquets, L., E., (2014). *Evolución del mundo árabe: tendencias*. EL Busquets - Cuadernos de estrategia. Dialnet.
- Canevari, G. (2018). *Siete años de la “Primavera Árabe” en Egipto: de la victoria de los Hermanos Musulmanes al teatro electoral de la reelección de al-Sisi*. Anuario en Relaciones Internacionales. (Publicación digital) ISSN: 1668-639X
- Carrilho, M. (1992). *Rhétoriques de la modernité*. Presses Universitaires de France. París
- Carrión, R. M (2014). *Las Redes Sociales 2.0 como fuentes informativas en las revoluciones y movimientos populares del siglo XXI*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 20, Núm. 2 (julio diciembre), PP: 1195-1208. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. Madrid
- Castien Maestro, J., I., (2010). *El rompecabezas de la identidad argelina*. Dialnet.
- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho: polifonía de la enunciación*. Paidós, Barcelona.
- Ducrot, O. (1989). *Logique, structure, énonciation*. Les Éditions de Minuit. Paris
- Ducrot, O. (1990). *Polifonía y argumentación*. Universidad del Valle-Cali.
- El Mouden, M. (2019). *Religión, poder, política y visibilidad mediática*. Edición Suroeste. Cádiz.
- Flores, J. M. (2009). *Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales*. Comunicar.
- Gracia, A. (2011). *Las rebeliones árabes sientan bases históricas por el uso de la tecnología*. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 16, 2011, pp. 167-174 Universidad Complutense de Madrid.
- Guzmán, A. (2019). *Sudán y Argelia: ¿rebrotos de la ‘primavera árabe’?*. El País. . Disponible en: <https://bit.ly/2WAddUZ>. [Fecha de consulta: 17-1-2020].
- Martinez Hoyos, F. *Argelia, de la descolonización hasta hoy. La Vanguardia*. Disponible en: <https://bit.ly/3fRO5An>. [Fecha de consulta: 15-3-2020].

- Martínez-Fuentes, G. (2018). *Elecciones, contexto electoral y régimen político en el norte de África, 2006-2016\**. Revista de la Facultad de Derecho de México Tomo LXVIII, Número 270, Enero-Abril
- Meyer, M. (1993). *Cuestiones de retórica. Lenguaje, razón y seducción*. Le Livre de poche, París.
- Ouabou, N. (2019). *Una inmensa marcha popular en Argelia reclama la "liberación del país"*. EFE. Disponible en: <https://bit.ly/2T63sLN>. [Fecha de consulta: 17-1-2020].
- Parret, H. (1982). *Langage en contexte*. Benjamins. Amsterdam.
- Peregil.F. (2019). *Las protestas de Argelia apuntan ahora contra el jefe del Ejército*. El País. Disponible en: <https://bit.ly/35ZD1wx>. [Fecha de consulta: 14-4-2020].
- Perelman, C y Olbrechts-Tyteca, L. (1976). *Traité de l'argumentation: la nouvelle rhétorique*. Editions de l'Université de Bruxelles. Oratory
- Perelman, C y Olbrechts-Tyteca, L. (1983) L. *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Gredos. Madrid
- Reboul, O. ; Moechler, J. (2005). *Pragmatique du discours, de l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*. ed. Armand Colin, Paris.
- Soengas, X. (2013). *El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial*. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-14>. [Fecha de consulta: 12/2/2020]
- Tomasotti, L., M. (2012). *Nuevas tecnologías, revolución y el despertar de la juventud árabe*. CAEI `Centro Argentino de Estudios Internacionales`. Working paper nº 29 Programa Medio Oriente
- Vallespín, F. (2011). *Redes sociales y democracia: ¿Un cambio cualitativo?* Telos 89 Dossier: Redes sociales y democracia.



## **E-DEMOCRACIA: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA LA SOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS AMBIENTALES**

### *E-DEMOCRACY: CITIZEN PARTICIPATION AND NEW TECHNOLOGIES FOR THE SOLUTION OF ENVIRONMENTAL DISPUTES*

**Santos Silva, Renata Fabiana**

Universidad de Sevilla

rensansil@alum.us.es

**Resumen:** La venida de las nuevas tecnologías ha traído debates sobre la transformación de la democracia y, por eso, algunos se refieren a la democracia digital o la e-democracia. No podemos ignorar que en el mundo contemporáneo la tecnología repercute en los procesos políticos, sociales y económicos, de manera que también produce efectos en la democracia. La relación entre el poder público y los ciudadanos gana matices distintos con la tecnología, en la medida en que se facilita el acercamiento del ciudadano a la gestión pública. El tema de la resolución de los conflictos también se relaciona con la democracia digital, sobre todo en las disputas ambientales. La utilización de las nuevas tecnologías para la solución de conflictos de esta naturaleza sería capaz de propiciar más participación ciudadana y con esto un mejor desarrollo de las políticas públicas ambientales o, por el contrario, contribuir al incremento de la brecha digital, en perjuicio de la participación ciudadana. En este trabajo planteamos explorar el potencial de las nuevas tecnologías complementadas con los medios adecuados de solución de conflictos, en particular de la mediación en línea, como herramienta de solución de disputas ambientales y refuerzo del marco de la democracia digital. La metodología adoptada en este trabajo tiene naturaleza de revisión bibliográfica, pues está basada en la investigación en libros, periódicos, artículos, como también en materiales y documentos electrónicos extraídos de sitios oficiales y de organismos internacionales.

**Palabras clave:** Democracia digital, conflictos ambientales, participación ciudadana, mediación en línea, nuevas tecnologías.

*Abstract: The advent of the new technologies has brought discussions about the transformation of democracy and, therefore, some refer to digital democracy or e-democracy. We cannot ignore the fact that in the contemporary world the technology has an impact on political, social and economic processes, so that it also produces effects on democracy. The relationship between public power and citizens with technology gains different nuances, in the way that citizen's approach to public management is been facilitated. In this scenario, the conflict resolution connects to digital democracy, especially in environmental disputes. The use of the new technologies for the resolution of this kind of conflict would be able to produce more citizen participation and with this a better development of public policies or, on the contrary, to the increase the digital divide, worsening citizen participation. In this work, we propose to explore the potential of new technologies complemented by the adequate dispute resolutions, in particular online mediation, as a tool for solving environmental conflicts and reinforcing the framework of digital democracy. The methodology adopted in this work as the literature review, based on book researches, papers, articles, as well as electronic materials and documents extracted from official and international organizations sites.*

**Key words:** Digital democracy, environmental disputes, citizen participation, online mediation, new technologies.

## 1. Introducción

La sociedad y el Estado contemporáneo experimentan transformaciones profundas en sus relaciones sociales, económicas, culturales y jurídicas como consecuencia de las nuevas tecnologías y de la globalización. En este escenario en que el mundo se encuentra orientado hacia el conocimiento y la organización en red, las nuevas tecnologías repercuten en la evolución y extensión de la democracia.

Por esta razón, el presente estudio tiene como objetivo el análisis de la mediación en línea para la solución de conflictos ambientales como herramienta de democracia digital e idónea para la ampliación de sus límites. Para esto es necesario considerar que las nuevas tecnologías no solamente producen cambios positivos, sino que también pueden provocar circunstancias dañosas para la democracia, lo que significa una amenaza para su desarrollo. Por ello, pretendemos también examinar las posibles amenazas de la tecnología, en el contexto de la solución de conflictos ambientales, subrayando el problema de la exclusión digital.

Con el fin de alcanzar este objetivo, examinaremos la evolución histórica de la democracia, el concepto de democracia digital, la influencia de la tecnología en la participación ciudadana y su aplicación en la resolución de conflictos ambientales, así como el potencial de la mediación en línea para la ampliación de la democracia.

## 2. Metodología

La metodología adoptada en este trabajo tiene naturaleza de revisión bibliográfica, pues está basada en la investigación en libros, periódicos, artículos, como también en materiales y documentos electrónicos extraídos de sitios oficiales y de organismos internacionales. Para la definición del estado del arte, primeramente, recorrimos las plataformas Dialnet y Google Académico, utilizando las palabras clave: “*Democracia digital*”, “*conflictos ambientales*”, “*participación ciudadana*”, “*mediación en línea*” y “*nuevas tecnologías*”. No logramos encontrar ningún trabajo que fuera objeto de análisis de estos elementos en conjunto, lo que demuestra la importancia de la investigación. Sin embargo, existen diversos trabajos que desarrollan estos puntos aisladamente y que sirven de aporte teórico para la investigación. Puesto que el tema abordado es de máxima actualidad, hemos pesquisado una bibliografía reciente, tanto en lengua española como en otros idiomas (portugués e inglés). No obstante, hemos utilizado también literatura clásica, como los trabajos de Bobbio, Ferrajolli y Dahl, por ejemplo. Es importante aclarar que para cada sección de la investigación hemos empleado una referencia teórica específica. En la primera sección, además de los clásicos, hemos utilizado trabajos de Prats I Catalá, Bonavides, Julius-Campuzano y otros estudios más vinculados al uso de la tecnología para la mejora de la democracia, como los trabajos de Coleman y Blumler. En una segunda parte, la base teórica se encuentra en los textos de Castells, Dromi y Rodríguez-Arana que afrontan la cuestión de la transformación del Estado en sus distintas dimensiones, señalando los efectos de la tecnología y la necesidad de fomento de la participación ciudadana. En la siguiente sección, hemos utilizado estudios que explotan el empleo de la mediación para la solución de conflictos ambientales, subrayando los trabajos de Silva Júnior y Belloso Martín, además de otras que investigan la democracia digital, como las de Luño y Sánchez Bravo. El problema de investigación se centra en el potencial de la mediación en línea como herramienta de solución de disputas ambientales y refuerzo del marco de la e-democracia. Como hipótesis tenemos que la mediación en línea es idónea para la solución de los conflictos ambientales y amplía los límites de la democracia digital. En cuanto a los fines, la investigación posee naturaleza descriptiva y cualitativa y exige la interpretación y atribución de significados en el proceso de investigación.

## 3. Panorámica histórica de la Democracia: desde la Antigüedad hasta la era digital

La palabra “democracia”, cuyo origen etimológico se encuentra en las palabras griegas *demos* y *kratos*, posee el significado literal de “gobierno del pueblo”. El fundamento de la democracia griega era la participación directa del pueblo en los asuntos de gobierno, por lo que las constituciones políticas de las *polis* griegas reconocían la capacidad de los ciudadanos de tomar dichas decisiones (Brugué, Feu, & Güemes, 2018).

En Atenas la participación popular se manifestaba a través de la asamblea popular (*ecclesia*), en la cual participaban todos los ciudadanos atenienses. Estas reuniones se realizaban en el *ágora* (plaza) que representaba el gran espacio de la ciudadanía. Allí los ciudadanos atenienses podían hacer uso de la palabra, proponer normas y decidir colectivamente (Ferreira Filho, 2001). Por tanto, en la democracia ateniense estaba presente la idea de igualdad, en el sentido de igualdad ante la ley (*isonomia*) e igualdad de todos los ciudadanos de hablar en las asambleas de gobierno (*isegoria*) (Dahl, 2012). También se encontraba presente

la concepción de “bien común”, en el sentido de que no era legítimo para los ciudadanos la búsqueda del interés personal, sino del interés común, dado que así se podía alcanzar la justicia.

Desde esta perspectiva, la democracia griega significaba “gobierno de muchos”, en oposición al gobierno de uno o unos pocos, además del ejercicio del poder político por el pueblo. En este contexto es importante saber quién era el pueblo. La participación política en la *polis* griega estaba condicionada por la ciudadanía que no pertenecía a todos en el pueblo. Esto significa que las mujeres, los esclavos, los extranjeros residentes permanentes (*metecos*), por ejemplo, estaban alejados de la vida política (Dahl, 2012).

Por todo ello la mayoría de los pensadores antiguos tenían un juicio negativo de la democracia, pues se trataba de un sistema excluyente<sup>46</sup>. La democracia griega, como hemos visto, se ejercía por una minoría social de hombres libres que se apoyaban en una mayoría de esclavos<sup>47</sup>. Frente a tales circunstancias, los autores más rigurosos consideran que en Grecia no hubo una verdadera democracia, sino una aristocracia democrática, lo que es una gran paradoja (Bonavides, 1997). No obstante, la democracia griega ha dejado legados importantes para la teoría y práctica de la democracia moderna, como la idea de democracia directa, la concepción de bien común y de igualdad.

La experiencia romana también ha contribuido a la conformación de la noción moderna de democracia, pues en la República Romana se desarrolló con más profundidad la idea de ciudadanía. Los ciudadanos romanos eran gobernados por instituciones como las asambleas populares y el Senado, que tenían el control del poder político. La participación ciudadana, elemento de la democracia de los modernos, en cierto modo, estaba presente en la República Romana, pero restringida a una minoría de privilegiados, lo que suponía que sólo una minoría que tenía la ciudadanía romana podía disfrutar de la participación política. Es importante indicar que el concepto romano de ciudadanía era más extenso que el ateniense, pues era posible, en algunas circunstancias, el reconocimiento de la ciudadanía romana a los extranjeros.

Por lo tanto, la democracia de los antiguos estaba fundada en dos nociones fundamentales: la restricción del concepto de ciudadanía y la participación popular. Estos conceptos también implicaban la comprensión de la libertad, pues ser libre en la Antigüedad significaba tener participación política que era concentrada únicamente en una minoría ciudadana. Además, la libertad era concebida en la dimensión de la ciudad-estado, de manera que ésta también era el límite de la democracia. No obstante, esta comprensión no se considera democrática en la contemporaneidad, si bien fue fundamental para el avance histórico de la democracia.

La democracia de los antiguos fue silenciada con la crisis del Imperio Romano y la toma de Atenas por los espartanos, en la Guerra del Peloponeso. Estos hechos permitieron la implantación del Estado Absolutista, en el cual los valores democráticos de la Antigüedad no tenían casi ninguna aplicación.

A finales del siglo XVIII, con el ascenso político de la burguesía, la democracia se reafirma a través de la Revolución Americana y de la Revolución Francesa, movimientos concretados respectivamente en la Declaración de Independencia de las trece colonias americanas (1776) y en la Carta de los Derechos del Hombre y del Ciudadano (1789). Sin embargo, hubo un gran cambio en los fundamentos de la democracia, que pasa a incorporar la idea de representación y de libertad concebida en un plano individual.

La representación nació de la expansión de la organización estatal. En el contexto de los estados-nación no era posible la participación ciudadana en el *ágora*, como solía ocurrir en la Grecia antigua. En la obra *El Federalista* (1788), Madison, Hamilton y Jay describen la representación y defienden una forma de gobierno en que el pueblo no participa directamente en la toma de decisiones gubernamentales, sino que elige representantes para hacerlo.

Otro punto importante de la democracia de los modernos es la idea de libertad basada en la concepción individual, de manera que la democracia es un medio de protección de los derechos personales del individuo (Yturbe, 2007). Por ello, la libertad estaba conectada con la protección a la propiedad privada, de forma que la democracia se identificaba con la libertad del propietario. Por eso que la democracia de los modernos poseía un juicio positivo, ya que se posibilitaba la participación política a través del reconocimiento de la propiedad.

46 Platón, por ejemplo, comprendía que la democracia no era el mejor régimen político, pues el régimen violaba la libertad y la dignidad personal con el fundamento en una igualdad niveladora (Platón, *apud* Hermet, 1999).

47 Cabral Neto (1997) señala que la democracia ateniense tenía fundamento en la esclavitud y por eso estaba rellena de contradicciones. Por tanto, para el autor, la democracia de los antiguos era restricta, sea en el sentido de la exclusión de grande parte de la población de la vida política, sea en el sentido de que aquellos que debería tener acceso a ella, en realidad no gozaban igualmente ni de los derechos políticos, ni de los bienes materiales producidos.

Es importante señalar que la democracia de los modernos era compuesta por los fundamentos del liberalismo y por eso tenía un carácter prejuicioso, ya que el sufragio universal estaba restringido a una minoría de la población. El voto de las mujeres, por ejemplo, es una conquista muy reciente. Sin embargo, el ideal liberal contribuyó para la construcción de la estructura de la democracia moderna, en la medida que reconoció la autonomía del individuo y garantizó el derecho de igualdad de oportunidades<sup>48</sup>.

No obstante, el modelo liberal colapsó con las revoluciones sociales del siglo XIX que eran fomentadas por el proceso de industrialización y cuestionaban la distribución de renta, así como la ausencia de prestaciones sociales. Había la necesidad de una mayor intervención del Estado en los dominios económico y social, lo que fragilizaba el modelo basado en la “mano invisible”.

Tras las grandes guerras se desarrolló un modelo de Estado que buscaba el bienestar de todos los ciudadanos y el libre desarrollo del individuo, garantizando cierta igualdad de oportunidades. Para alcanzar este objetivo era necesaria una mayor intervención del Estado en la vida económica y social de forma que se posibilitaba el afrontamiento de crisis o fallos<sup>49</sup>.

Desde el punto de vista de la democracia, el Estado de bienestar representó un avance del pluralismo y de la representatividad de las minorías. Dicho de otra manera, la democracia del Estado de bienestar social estaba basada en la integración y expansión de los derechos sociales lo que permitía más diversidad y pluralidad en las relaciones políticas así como más respeto a las libertades.

Sucede que este modelo empezó a sufrir cuestionamientos una vez que no pudo dar respuestas efectivas a las siguientes crisis económicas ocurridas desde los 70, como también no pudo cumplir las promesas de desarrollo y bienestar social. Además, la globalización actual<sup>50</sup> ha potencializado este status de crisis, en la medida que ha provocado un proceso de erosión en los modelos tradicionales de organización socio-política<sup>51</sup>.

Tampoco se puede desconsiderar la crisis del modelo democrático representativo, que ha generado una creciente apatía política, puesto que los ciudadanos se consideran poco representados por los partidos políticos. Así plantea Piana (2007) cuando afirma que *“la crisis de representación afecta la piedra angular de la actual democracia de partidos. No sólo es la naturaleza oligárquica del proceso de definición de la oferta electoral, sino también el congelamiento burocrático de unas élites representativas cada vez más alejadas del sentimiento popular”*. (pp.133).

La ruptura entre el poder y la política ha generado esta pérdida de legitimidad del Estado, razón por la cual una de las respuestas para la crisis de los estados-nación y de la representación política es el fortalecimiento de la democracia por la participación y la colaboración ciudadanas<sup>52</sup>.

Algunos autores apuntan que la combinación entre representación y mecanismos más directos de democracia podría ser el camino para la cualificación de la democracia. Ferrajolli (2011), por ejemplo, comprende que nuevas formas de ciudadanía activa y de democracia participativa pueden contribuir para la retomada de la participación de los ciudadanos en la vida pública y el rescate de la representatividad de los partidos políticos. Para Bobbio (1987), la integración entre democracia representativa y democracia directa no es

48 Sobre el tema, Bobbio (1993) señala que: “Ideias liberais e método democrático vieram gradualmente se combinando num modo tal que, se é verdade que os direitos de liberdade foram desde o início a condição necessária para a direta aplicação das regras do jogo democrático, é igualmente verdadeiro que, em seguida, o desenvolvimento da democracia se tornou o principal instrumento para a defesa dos direitos de liberdade”. (pp.44).

49 Rodríguez-Arana (2015) explica que por la teoría económica keynesiana, el mercado no podría garantizar el mantenimiento de actividades suficientes al equilibrio entre las unidades de gasto y las de producción. De esta manera, frente a la incapacidad del mercado, la intervención estatal tendría justificación.

50 Importante señalar que la globalización no es un fenómeno reciente, pues es posible identificarlo en hechos históricos remotos, como en el renacimiento, en la industrialización. La grande diferencia entre el fenómeno actual y aquel ocurrido hace algunas centenas de años es la velocidad y la profundidad del impacto en todos los ámbitos vitales.

51 Véase Julios-Campuzano (2003).

52 Sobre el tema de la globalización, i Catalá (2004, p.34) reflexiona que “el mundo ha cambiado sustancialmente y la democracia representativa tal como se practicaba en las sociedades industriales ha entrado en crisis. Especialmente en las sociedades más avanzadas, los ciudadanos se sienten más libres, mejor informados, más capaces de analizar por sí mismos las políticas públicas de su interés, son menos ideológicos y más independientes políticamente y también más desconfiados hacia la acción unilateral de las instituciones, los políticos y los tecnócratas. Como comúnmente se señala, estamos pasando de un modelo de democracia representativa en que los votantes delegaban su poder cada equis años a sus representantes electos a una democracia representativa en que el compromiso y el interés directo del ciudadano es casi constante”.

suficiente para la mejora de la democracia contemporánea, es necesario que la democratización sea extendida a aquellos que están alejados de la participación política.

En este contexto, es importante evaluar como las nuevas tecnologías pueden contribuir para la mejora de la democracia en la actualidad. Es cierto que la evolución de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en las últimas décadas trajo nuevas luces a la reflexión de los caminos de la democracia. Pero, ¿es posible mejorar la participación ciudadana y superar los déficits democráticos a través de la tecnología? ¿La aplicación de la tecnología en los procesos políticos significa una evolución de la noción de democracia?

No es posible denegar que la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) ha contribuido para la transformación de la sociedad. Estos cambios repercuten en los diversos sectores, de manera que también alcanza las relaciones entre Estado y ciudadanos. No obstante, hay que reflexionar que por mayor que sean las transformaciones provocadas por la tecnología, aún existe una gran brecha de participación ciudadana.

La idea de democracia digital tiene fundamento en las potencialidades de los recursos digitales que serían capaces de ampliar los avances de la democracia. Según Ágio y Cardoso Sampaio (2013), la expresión democracia digital es normalmente empleada para referirse a la utilización de la tecnología para el incremento de la participación ciudadana en los procesos democráticos, ampliando la eficiencia y la efectividad de la democracia representativa. Además, de acuerdo con dichos autores, la utilización de espacios digitales para presentar opiniones y reclamaciones sobre cuestiones públicas también integraría su contenido.

Por ello, Luño (2004) sostiene que las nuevas tecnologías generan otras formas de participación política, que pueden simplemente reforzar la democracia representativa parlamentaria como también generar una participación real y efectiva de los ciudadanos en la toma de decisiones.

Por tanto, la renovación de la democracia estaría basada en el incremento de los procesos participativos a través de la tecnología, creándose espacios de información, participación y deliberación, constituyendo *ágoras* digitales que, de cierta manera, representarían un regreso al origen antiguo de la democracia. Ocurre que a las *ágoras* digitales cargarse de más una tarea, cual sea, atraer la participación de los ciudadanos que están alejados de las cuestiones políticas.

Según Coleman y Blumler (2009) la tecnología permitiría la reducción de la distancia entre los ciudadanos y los políticos, de forma que los representantes serían más visibles e accesibles a los representados, facilitando, en teoría, la comunicación política a través de la transparencia de la información, del diálogo y de la participación individual del ciudadano.

Significa decir que las herramientas digitales tendrían que proporcionar el cambio de los procesos políticos, facilitar el encajamiento de la ciudadanía y encortar la distancia entre ciudadanos y gobernantes. Por eso Martínez Nicolás, Tucho Fernández y García Madariaga (2005) afirman que *“los usos cívicos de estas tecnologías están permitiendo (o basta con que puedan permitir) romper aquel bloqueo político-mediático de la esfera pública y ofrecer así nuevas oportunidades para la participación y el compromiso políticos de la ciudadanía”*.

Por ello algunos autores sostienen que la democracia digital está conectada con la necesidad de implicación real de los ciudadanos a los procesos de adopción de decisiones (García Guitián, 2016). En esta perspectiva se reconoce la capacidad de los ciudadanos para participar de la toma de decisiones. Esto significaría una real evolución de la democracia contemporánea con apoyo en los recursos tecnológicos.

Según Piana (2007), la tecnología permitiría conducir la ciudadanía al ejercicio de una democracia más profunda, a través del fortalecimiento del proceso de decisión política en que se utiliza de referéndum online, foros de debate y votación, suscripción de formularios de adhesiones para soporte a la decisión política.

Es importante subrayar que las personas no son forzadas a ajustarse a las nuevas tecnologías, como explica Sánchez Bravo (2015), las nuevas tecnologías que deben adaptarse a las necesidades humanas, llegando a los excluidos.

Frente a todo lo que decimos, es posible comprender que la democracia digital está basada en la utilización de los recursos tecnológicos para ofrecer nuevas oportunidades de participación a la ciudadanía, lo que incluye el acceso facilitado a la información, la presentación de opiniones y reclamaciones relacionadas a los temas de interés colectivo y la participación en los procesos de toma de decisión.

La democracia digital, en esta dimensión, representa, ciertamente, una evolución en el sentido de la democracia. No obstante, sólo tendrá este sentido si es idónea a la inclusión de los ciudadanos que están alejados de su ejercicio, lo que reduce la apatía política. Además, hay que considerar la existencia de una

brecha digital significativa que echa por tierra este concepto evolutivo y consecuentemente impide el reconocimiento de este cambio de contenido de la democracia en la contemporaneidad.

#### **4. Las nuevas tecnologías y la participación ciudadana: las influencias de las TIC en la solución de conflictos entre el Estado y la Ciudadanía**

Hemos visto que la tecnología en la contemporaneidad es un factor importante para las relaciones económicas, sociales y políticas. Por eso Piana (2007) afirma que *“el nuevo rol de las TIC potencia la búsqueda, el almacenamiento y la utilización del nuevo valor económico y productivo, la información. El impacto de esta nueva tecnología ha sido tan significativo sobre el sistema productivo que hoy se habla de la Sociedad de la Información como una etapa superior de la era industrial”*. (pp. 132).

La Sociedad de la Información<sup>53</sup> aparece como el nuevo paradigma del desarrollo y producción, lo que impacta profundamente en la relación entre Estado y el ciudadano. En este contexto, la información y el conocimiento se convierten en factores productivos importantes (Krüger, 2006). Es por eso que este modelo de sociedad es caracterizada por la utilización de la tecnología para la transformación de los procesos productivos y para la creación de bienes de información.

En este escenario el Estado necesita utilizar la tecnología para dialogar con esta nueva sociedad y crear espacios de debate y trabajo común con los ciudadanos. Por ello Nemirovski (2010) afirma que *“no hay relación mejorada sin una urgente y profunda mutación cultural que permita incorporar los modernos instrumentos de la comunicación en la práctica interfaz entre administradores públicos y públicos que no administran”*. (pp. 91). Significa decir que la tecnología puede potenciar la participación de los ciudadanos en los procesos de toma de decisión.

Esta también es la conclusión de Ramió (2019) cuando indica que *“los sistemas inteligentes de información tanto de acopio como de transmisión entre la Administración y la ciudadanía y viceversa pueden contribuir a que la participación directa pueda ser más sólida, fluida, rápida e inclusiva de lo que ha sido hasta el momento”*. (pp.47).

Importante señalar que para la legitimación de la actuación estatal y el fortalecimiento de la democracia, la Administración Pública tiene que permitir la efectiva participación ciudadana en los procesos de toma de decisión. Por ello, Rodríguez-Arana (2015) aclara que en la actualidad no se debe comprender el público como una zona propia y exclusiva del Estado, sino como un espacio en que la participación de la sociedad es facilitada.

Para Castells (1999), la sumisión del Estado a los efectos globales (transformaciones tecnológicas, económicas y culturales) genera esta necesidad de modificar y establecer alianzas con otros actores para permitir el tratamiento de estos problemas. Es por eso que la flexibilidad de las estructuras administrativas es una necesidad estatal cuyo propósito es garantizar el desarrollo social y económico, así como la supervivencia del propio Estado en esta nueva dinámica.

En este mismo sentido plantea Bermejo Vera (2016) cuando afirma que existe una conexión directa entre la gobernanza y las transformaciones experimentadas por la Administración Pública, ya que la idea de gobernanza se identifica con nuevas prácticas colectivas, nuevos modos de acción pública para unir técnicas de negociación y asociación, a diferencia de las fórmulas tradicionales de dominación, imposición o autoridad.

Por tanto, el escenario actual que está afectado por la globalización y el avance de las nuevas tecnologías, exige de la Administración Pública el desarrollo de una nueva metodología de actuación, idónea al enfrentamiento de los problemas sociales, económicos y políticos. Por ello Dromi (2015) señala que *“las actuales estructuras de gobierno son insuficientes para satisfacer los requerimientos mínimos de la sociedad. La solución no pasa por agrandar el gobierno del funcionariado o de la burocracia, sino que es preciso dinamizar el espacio y el tiempo de la participación administrativa de los interesados”*. (pp.294).

Significa decir que la participación ciudadana que es factor de fortalecimiento de la democracia contemporánea, también es la base de los nuevos métodos de gobernanza y gestión administrativa, que

---

53 Redon Rojas (2001) explica que las expresiones “sociedad de la información” y “sociedad del conocimiento” no son sinónimas. Según el autor mexicano, el conocimiento demanda análisis, comprensión, evaluación y aplicación de la información, de manera que el conocimiento es una etapa posterior a la información. Así, la sociedad de la información sería una etapa precedente a la sociedad del conocimiento. La expresión “sociedad red” es empleada por Castells (1996) significando la conversión de la información y el conocimiento en factores de producción con el soporte en las nuevas tecnologías, generando cambios significativos en las estructuras sociales, económicas y políticas.

buscan el equilibrio entre los poderes y la efectividad de la representación social en la política. Por esta razón Vanossi (2008) señala que la participación es “*un requisito para el fortalecimiento de los sistemas democráticos y para hacer más viable la gobernabilidad de estos sistemas*”. (pp.14).

En este contexto, las prácticas consensuales y las nuevas tecnologías son parte del actual instrumental administrativo, las cuales se incorporan las ADR (Appropriate Dispute Resolution)<sup>54</sup> y ODR (Online Dispute Resolution)<sup>55</sup> que son capaces de aproximar Administración pública y ciudadanía. Es importante aclarar que la utilización de las ADR y ODR genera un cambio en la cultura administrativa, puesto que estas herramientas contribuyen para el restablecimiento del diálogo entre ciudadanos y Estado y crean lazos comunicativos que pueden fomentar la participación ciudadana y el fortalecimiento de la democracia.

No se puede olvidar que el uso de herramientas TIC para la resolución de conflictos en que el Estado e los ciudadanos estén implicados también se ajusta a las políticas de gobierno abierto, ya que la tecnología se coloca como un instrumento de aproximación y crea nuevas condiciones para el ejercicio de la ciudadanía.

Desde la perspectiva del gobierno abierto, el uso de la tecnología no solo pretende instrumentalizar las prácticas gubernamentales, sino también promover la participación social y la transparencia a través de la tecnología. Así plantea Ramírez-Alujas (2011) cuando afirma que el gobierno abierto tiene el compromiso de repensar la administración pública y transformar la sociedad.

No hay dudas que la mediación electrónica es un mecanismo de fomento a la democracia digital, ya que permite la aproximación entre los ciudadanos y el Estado y facilita la participación ciudadana en la en los procesos de toma de decisión.

La resolución de conflictos en línea es efectivamente una herramienta de democracia digital, aplicable a los conflictos de naturaleza colectiva, no obstante su complejidad. A través de dicha herramienta es posible reducir las distancias, simplificar los procedimientos, facilitar el diálogo con los colectivos afectados y ofrecer una oportunidad de efectiva participación de la ciudadanía en la construcción y en el desarrollo de las políticas públicas.

## **5. La mediación en línea para la solución de conflictos ambientales: beneficios y riesgos a la democracia**

Los conflictos ambientales tienen una gran capacidad de expansión, de manera que la sociedad necesita de mecanismos capaces de reaccionar rápidamente frente a un problema ambiental, bajo pena de irreversibilidad del daño causado. Por eso que los ordenamientos jurídicos deben prever maneras eficaces de solucionarlos.

Ocurre que el sistema tradicional de solución de conflictos se muestra poco eficaz para los conflictos ambientales. La formalidad y la rigidez excesivas de los mecanismos tradicionales no son compatibles con la complejidad de los problemas ambientales de una sociedad que está en constante transformación. Además, dicho sistema no está preparado para el amplio debate que la disputas ambientales exigen, con la participación efectiva de los afectados (Lunelli y Meraz Castillo, 2014).

Los medios adecuados de solución de conflictos surgen como una alternativa celer y eficaz para la resolución de disputas ambientales, hábiles a la construcción de una atmosfera de paz, pluralismo y democracia. Es posible, a través de ellos, desarrollar procesos de decisión pautados en el debate, en la información y en el fortalecimiento de la democracia.

Silva Júnior (2019) señala que el derecho ambiental es impactado por esta perspectiva de democracia que está orientada a la ampliación de los espacios públicos discursivos. Según el investigador brasileño la efectividad del derecho al medio ambiente ecológicamente equilibrado pasa por la búsqueda de una solución basada en la discusión amplia por todos los implicados.

Efectivamente, en materia de medio ambiente, es necesario buscar mecanismos de solución de conflictos que permitan la participación ciudadana en la toma de decisiones y en el desarrollo de las políticas públicas ambientales. Este es el sentido de la Declaración de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, realizada en Rio de Janeiro en 1992, que indica que “*el mejor modo de tratar las cuestiones ambientales es con la participación de todos los ciudadanos interesados, en el nivel que corresponda. (...)*”

54 La expresión *Alternative Dispute Resolution* es atribuida al norteamericano Frank Sander, que la había utilizado en 1976. Posteriormente *Alternative* empezó a ser interpretado como *Appropriate*, para indicar la complementariedad de los sistemas, lo que puede ser traducido como *Técnicas Adecuadas de Resolución de Conflictos*.

55 La expresión *Online Dispute Resolution* se refiere al desarrollo en línea de procedimientos de resolución de disputas, de manera sincrónica o asincrónica, con o sin la intervención de un tercero.

*los Estados deberán facilitar y fomentar la sensibilización y la participación de la población poniendo la información a la disposición de todos”.*

Sin embargo, la sencilla participación social no es suficiente. Como explica Moessa de Souza (2012) es necesario utilizar métodos que garanticen la manifestación de las distintas perspectivas de manera constructiva que al final puedan producir decisiones que protejan todos los intereses implicados.

En este escenario, la mediación surge como una herramienta flexible y dialógica, que permite el restablecimiento de la comunicación entre las partes en conflicto y promueve la construcción de una solución que atiende a los intereses de todos, lo que previene conflictos. Por ello, Belloso Martín (2006) subraya que el objetivo de la mediación no es principalmente llegar a un acuerdo sino facilitar la gestión positiva del conflicto.

Es importante señalar que en la mediación las partes construyen juntas la solución, de manera que no existen perdedores. Como los intereses de todos los implicados son considerados, el acuerdo se muestra más efectivo<sup>56</sup>. Significa decir que la prevención de nuevas disputas se torna una realidad concreta con la mediación, que puede ser catalizada con el uso de la tecnología, lo que amplía los límites de la democracia digital.

Los conflictos ambientales suelen ser por naturaleza multipartes ya que se ven involucrados diferentes actores sociales como administraciones públicas, organismos no gubernamentales, grupos de vecinos, empresas, etc. Por ello, el procedimiento de solución de conflictos tiene que facilitar la participación de estos actores sociales como también del ciudadano individualmente, lo que es más efectivo en la vía digital. Por ello, Luño (2013) explica que las nuevas tecnologías producen nuevas formas de vivir los valores de la democracia, de forma que permiten nuevas formas de ejercicio de derechos y el refuerzo de la participación en las sociedades democráticas.

La mediación ambiental en línea puede contribuir mucho para el desarrollo de la democracia digital, en la medida que reduce las distancias físicas, integra las regiones periféricas y menos desarrolladas, simplifica los procedimientos, permite la participación colectiva e individual de los afectados y crea un espacio público colaborativo de debate y construcción de políticas públicas ambientales.

Lo más importante es que este mecanismo digital puede traer para el debate personas y grupos que están alejados del debate político, lo que reduce la apatía política. De acuerdo con el informe sobre el Desarrollo Mundial de 2016 del Banco Mundial (2016), en los países en desarrollo hay más hogares que poseen teléfono móvil que los que tienen acceso a la electricidad o agua limpia. Por este dato es posible inferir la capilaridad de los mecanismos digitales y su correspondiente poder de alcance social. Luego, la mediación en línea es una oportunidad de creación de una *ágora digital* para la solución de disputas ambientales.

Además es importante decir que estos recursos digitales, con aplicaciones utilizables desde teléfonos móviles, permiten la interacción sencilla entre personas y órganos públicos, como subraya Salgado (2019). Tampoco se puede olvidar que en general son aplicaciones con interfaces amigables e intuitivas que permiten el uso por gente sin mucha habilidad con los recursos digitales.

Por otro lado, la mediación digital puede representar el inverso del fortalecimiento de la democracia, en cuando no se garantiza la inclusión digital. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), por ejemplo, en el Informe “Gobierno Abierto: Fomentar el diálogo con la Sociedad Civil” (2003) registra el potencial de las herramientas de tecnología de la información y comunicación para fomentar una mayor implicación de los ciudadanos en los procesos democráticos. Sin embargo, también reconoce la existencia de una brecha digital, lo que resulta en la necesidad de articular el uso de las herramientas basada en las TIC con las que no operan en línea, como forma de mitigar la exclusión digital.

Importante señalar que para que se tenga inclusión efectiva, facilitar el acceso a la internet no es suficiente. Es necesario el proveimiento de las competencias digitales, como también de la facilitación de los servicios digitales para el consumo de los ciudadanos. Se debe tener en cuenta que la inclusión digital, cumple, verdaderamente, su función social como herramienta de combate a la desigualdad, cuando los instrumentos digitales facilitan el acceso a otros derechos fundamentales (buena administración, acceso a la justicia, medio ambiente equilibrado) lo que reduce el alejamiento social de los excluidos.

Es imperioso que los excluidos sean integrados a las nuevas tecnologías, con especial atención a sus necesidades. Según Sánchez Bravo (2015), las nuevas tecnologías pueden contribuir sustancialmente para la

<sup>56</sup> Susskind y Zion (2002) explican que “*Consensus building enhances democratic practice by involving those directly affected by decisions in the process of deciding what to do. As a consequence, such decisions are easier to implement*”. (pp.21).

mejora de la calidad de vida de las personas, sobre todo de aquellas que tienen problemas para acceder a los servicios por los métodos tradicionales.

La exclusión digital significa más que no utilizar la tecnología, implica también en un obstáculo al ejercicio de la ciudadanía. Por eso Richter (2019) afirma que no obstante la internet facilite la conexión entre la Administración pública y la sociedad, sino también la comunicación entre los distintos órganos públicos, esto no es bastante para garantizar una Administración transparente, eficiente y democrática. Por tanto, la Administración Pública tiene el deber fundamental de reducción de la división digital.

La inclusión digital, desde el punto de vista de la ciudadanía, podrá contribuir, como hemos dicho, para la creación de espacios comunicativos entre el sector público y el privado, incluso para la solución de conflictos y ampliación del acceso a la justicia. Por ello, Lopez Lopez y Samek (2009) señalan que la inclusión digital es un punto vital de la justicia social y de los derechos humanos en actualidad, lo que genera nuevos espacios de tolerancia, comprensión y diálogo.

En este escenario el tema de la solución de conflictos en línea adquiere importancia como una metodología apta a fomentar la inclusión digital, el pluralismo, así como es idóneo a la efectividad de la democracia en su actual acepción.

La mediación en línea es una herramienta apta al desarrollo de la democracia digital, desde que políticas públicas de combate a la brecha digital sean adoptadas. Los conflictos ambientales exigen pluralismo y participación ciudadana en su solución y las herramientas digitales permiten el debate y la construcción colaborativa de una solución para dichos problemas.

En la medida que no hay atención para la brecha digital, la mediación en línea representa un riesgo para la democracia, puesto que amplía la exclusión social y reduce la efectividad de las soluciones pactadas. Significa decir que la mediación en línea en estas condiciones no contribuye para el fortalecimiento de la democracia digital ya que no genera la reducción de la apatía y ni el incremento de la participación ciudadana, en realidad, constituye más una amenaza a la democracia.

## 6. Conclusiones

Frente a todo lo que hemos investigado, no se puede denegar que la utilización de las nuevas tecnologías repercute en las relaciones entre el Estado y los ciudadanos, lo que genera cambios en los procesos políticos y sociales, de manera que también proyecta sus efectos en la democracia. Considerando que el concepto de democracia es evolutivo, la tecnología puede añadirle nuevos matices, generando lo que se denomina de democracia digital.

La democracia digital está basada en la utilización de los recursos tecnológicos de manera a ofrecer a la ciudadanía nuevas oportunidades de participación a través de la ampliación del acceso a la información, del fortalecimiento del control social y la facilitación de la participación en los procesos de toma de decisión por el Estado.

A través de aplicaciones sencillas, accesibles por un teléfono móvil, es posible conectar ciudadanos y órganos públicos de manera rápida e intuitiva, lo que amplía la información y la participación de la ciudadanía.

No obstante todos los beneficios generados por la utilización de la tecnología para la ciudadanía, hay que considerar también la existencia de la brecha digital, que compromete la democracia, en la medida que amplía la exclusión social. En esta perspectiva los recursos tecnológicos pueden representar un gran riesgo para la democracia, ya que restringe la participación ciudadana y contribuye en nada para la reducción de la apatía política. Por eso es necesaria atención a la brecha digital y desarrollar acciones de ampliación de acceso a la tecnología así como de proveimiento de las competencias digitales.

Considerando sus efectos positivos, la tecnología permite a la ciudadanía: la reducción de las distancias físicas, la integración de las regiones periféricas y menos desarrolladas, la simplificación de los procedimientos, la creación de espacios públicos virtuales para la información, la discusión y la colaboración. En resumen, las herramientas tecnológicas promueven la aproximación entre los ciudadanos y la Administración pública en un plan colectivo o individual.

En este sentido, las nuevas tecnologías deben ser consideradas para la resolución de conflictos, en especial, los de naturaleza ambiental. Como hemos señalado la solución de los conflictos ambientales exige la ampliación de la participación democrática, puesto que casi siempre estas disputas implican en la participación de distintos colectivos como también de las personas individualmente afectadas. Por tanto, la tecnología aproxima los afectados ofreciendo más efectividad a la solución de la disputa.

Además, los conflictos ambientales demandan soluciones que están más allá de la compensación pecuniaria y casi siempre exigen la creación de políticas públicas con el objetivo preventivo, lo que evita nuevas disputas en el futuro. Así, la tecnología permite la ampliación del debate en torno de la construcción de políticas públicas necesarias a la solución del conflicto, asimismo el desarrollo de instrumentos de control de dichas políticas.

La mediación ambiental en línea es más una herramienta de democracia digital, que además de promover la solución de conflictos ambientales, también fortalece la democracia. Importante subrayar que la mediación en línea para la solución de disputas ambientales permite un ejercicio más profundo de la democracia ya que implica en colaboración ciudadana para la toma de decisiones estatales.

Sin embargo, para que la mediación en línea sea un instrumento de ampliación y profundización de la democracia es necesario garantizar la inclusión digital en todos los sentidos, desde el acceso hasta el proveimiento de las competencias digitales. Si bien utilizada la mediación ambiental en línea puede ser el camino para la inclusión de aquellos que están alejados del debate y de la participación política, así como la vía de acceso para otros derechos fundamentales.

## 7. Referencias

- Aggio, C., & Sampaio, R. (2013). Democracia digital e participação: os modelos de consulta e os desafios do Gabinete Digital. *Gabinete digital: análise de uma experiência*. Porto Alegre: Companhia Rio-Grandense de Artes Gráficas (CORAG), 19-36.
- Banco Mundial (2016), *Informe sobre el desarrollo mundial 2016: Dividendos Digitales – Panorama General*. Washington: Banco Mundial. Disponible en: <<http://documents.worldbank.org/curated/pt/658821468186546535/Informe-sobre-el-desarrollo-mundial-2016-dividendos-digitales-panorama-general>>[13 de junio de 2019].
- Bermejo Vera, J. (2016). *Derecho Administrativo Básico – Parte General*, V. I., (12). Navarra: Editorial Aranzandi.
- Belloso Martín, N. (2006). Sistemas de resolución de conflictos: formas heterocompositivas y autocompositivas. *Estudios sobre mediación: la Ley de mediación familiar de Castilla y León, Junta de Castilla y León (Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades)*.
- Bobbio, N. (1993). Liberalismo e democracia (4). Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Brasiliense.
- Bobbio, N. (1987). *O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo*. Trad. Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Bobbio, N. (1988). *Las ideologías y el poder en crisis. Pluralismo, democracia, socialismo, terceira via y terceira fuerza (1)*. Barcelona: Ariel.
- Bonavides, P. (1997). *Ciência Política* (10). São Paulo: Malheiros.
- Brugué, Q., Feu, J., & Güemes, C. (2018). Del fallo al colapso de las políticas públicas: una cuestión de confianza democrática. *Revista de Sociología e Política*, 26, 67.
- Cabral Neto, A. (1997). Democracia: velhas e novas controvérsias. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 2(2), 287-312.
- Castells, M. (1999), *Globalización, identidad y estado en América Latina*. Santiago de Chile: PNUD, 01-18.
- Castells, M. (1996), *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.1 La Sociedad Red*. Madrid, Alianza Editorial.
- Castells, M. (2017). *Ruptura: la crisis de la democracia liberal*. Madrid: Alianza Editorial.
- Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. Cambridge University Press.
- Dahl, R. A. (2012). *A A democracia e seus críticos*. Trad. Patrícia de Freitas Ribeiro.
- Dahlgren, P. (2018). La participación en línea en la esfera pública. Las ambigüedades del afecto, en *Mediaciones de la Comunicación*, 13(1), 25-47.
- Dromi, R. (2015). *Derecho Administrativo*. 13 (1). Buenos Aires: Hispania Libros.
- Estupiñán Villanueva, A., Molina Carmona, E., Flores Guevara, S., & Martínez Bermeo, J. R. (2016). La participación digital en la construcción de la e-democracia y ciudadanía digital. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 126-146.
- Ferreira Filho, M. G. (2001). *A Democracia no Limiar do Século XXI*. São Paulo: Saraiva.

- García Guitián, E. (2016). Democracia digital. Discursos sobre participación ciudadana y TIC. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 169-193. doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.173.05>.
- Garrido-Cabezas, N. (2011). Internet como un nuevo medio social para la comunicación y la participación ciudadana. *Vivat Academia*, (117), 1375-1390.
- Hermet, G. (1999). Populismo y nacionalismo. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 1 (2), 39-57.
- i Catalá, J. P. (2004). Las transformaciones de las administraciones públicas de nuestro tiempo. In *Estudios para la reforma de la administración pública* (pp. 27-102). Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).
- Julios-Campuzano, A. D. (2003), *La globalización ilustrada. Ciudadanía, derechos humanos y constitucionalismo*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Junior, M. A. S., & Gonçalves, V. H. P. (2003). A "inclusão digital" e os direitos sociais perante a realidade da internet: a busca da igualdade material. *Revista Brasileira de Direito Constitucional*, 2(1), 243-252.
- Krüger, Karsten (2006), "El concepto de sociedad del conocimiento", en *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, v. 683, n. 11, Barcelona: Universidad de Barcelona. Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/b3w-683.htm> [13 de junio de 2019].
- López López, P., Samek, T. (2009), "Inclusión digital: un nuevo derecho humano", en *Educación y biblioteca*, n.172, 114-118, julio/agosto 2009. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/11567/> [13 de junio de 2019].
- Luño, A. E. P. (2013). *Los derechos fundamentales*. Tecnos.
- Luño, A.E.P. (2004). ¿Ciberciudadani@ o Ciudadania.com?, Gedisa, Barcelona.
- Luño, A.E.P. (2013). Valores Democráticos y Redes Sociales, en *Constitución Europea y Teledemocracia*. Madrid: Fundación Coloquio Jurídico Europeo.
- Lunelli, C. A., & Castillo, A. M. (2014). Jurisdicción y medios alternativos de resolución de conflictos: una opción para las cuestiones ambientales. *Opinión Jurídica*, 13(26).
- Magalhães Silva, M. M., Resende Alves, D., & Ferreira, M. J. (2019). Importancia de las nuevas tecnologías en la democracia participativa: el caso de la Iniciativa Ciudadana Europea. *Doxa Comunicación*, 28, 37-53.
- Martínez Nicolás, M., Tucho Fernández, F., & García de Madariaga, J. M. (2005). Democracia digital: nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante en España. *Portularia*, VOL. V, Nº 2-2005, 21-34.
- Moessa de Souza, L. (2012). *Mediação de Conflitos Coletivos. A aplicação dos meios consensuais à solução de controvérsias que envolvem políticas públicas de concretização de direitos fundamentais*. Belo Horizonte: Fórum.
- Mondéjar Pedreño, R. (2015). *Los conflictos ambientales y su tratamiento a través de la mediación*. Dykinson.
- Nemirovski, O. (2010). Un cambio cultural. In *Open government: gobierno abierto* (pp. 87-101). Algón.
- OCDE (2003), *Informe Gobierno Abierto: Fomentar el diálogo con la Sociedad Civil*, Paris: Publicaciones de la OCDE. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/9789264019959-sum-es> [13 de junio de 2019].
- Piana, R. S. (2007). ¿Hacia una democracia. com? Democracia y tecnologías. *Seqüência: Estudos Jurídicos e Políticos*, 28(55), 131-150.
- Pinho, J. A. G. D. (2016). *Artefatos digitais para mobilização da sociedade civil: perspectivas para avanço da democracia*. Edufba.
- Ramírez-Alujas, Á. V. (2011). Gobierno Abierto y Modernización de la Gestión Pública. Tendencias actuales y el (Inevitable) Camino que Viene-Reflexiones Seminales (Open Government and Modernization of Public Management: Current Trends and the (Inevitable) Way Forward-Seminal Reflections). *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, 9(15), 99-125.
- Ramió, C. (2019). *Inteligencia artificial y administración pública: robots y humanos compartiendo el servicio público*. Los Libros de la Catarata.
- Redon Rojas, Miguel Angel (2001), "Un análisis del concepto sociedad de la información desde el enfoque histórico", en *Información, cultura y sociedad*, n. 4, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. doi: <http://dx.doi.org/10.34096%2Fics.i4.1009>.

- Richter, L.E. (2019). O controle Social Digital da Administração Pública no Brasil: Alguns apontamentos, en *Control Administrativo de la Actividad de la Administración*, v. 2, 466-490, São Paulo: XVIII Foro Iberoamericano de Derecho Administrativo.
- Rodríguez-Arana, J. *Derecho Administrativo y Derechos Sociales Fundamentales*. INAP/Global Law Press-Editorial Derecho Global, 2015.
- Rodríguez, E. H. (2016). Comunicación de Gobierno y medios sociales: oportunidades y límites para una democracia participativa y colaborativa. *Más poder local*, (28), 55-58.
- Salgado, E.D. (2019). Transparencia Activa, Ciudadanía Activa: Nuevas Tecnologías y Control social de la Administración, en *Control Administrativo de la Actividad de la Administración*, v. 2, 547-554, São Paulo: XVIII Foro Iberoamericano de Derecho Administrativo.
- Sánchez Bravo, Á. A. (2015). Sociedad tecnológica e implicaciones ciudadanas, en *Derechos humanos, protección medioambiental y nuevos retos sociales* (pp. 223-240). Dykinson.
- Silva, S. P. D., Bragatto, R. C., & Sampaio, R. C. (2016). *Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem.
- Silva Junior, S.R.D. (2019). *La mediación de conflictos ambientales. Una visión sistémico-funcional hacia el desarrollo sostenible*. Aranzadi.
- Susskind, L. y Zion, L., (2002). Can America's democracy be improved? *Draft Working Paper of the Consensus Building Institute and the MIT-Harvard Public Disputes Program*. 2002, Harvard. Disponible en: <<http://www.lawrencesusskind.com/wpcontent/uploads/2013/07/Improving-American-Democracy-Negotiation-Susskind-Zion.pdf>>. [01 de noviembre de 2009].
- Vanossi, J. R. (2008). *Estado de derecho: democracia y control, la Corte Suprema de Justicia, responsabilidad de gobernantes, el defensor del pueblo, representación y participación, partidos políticos, seguridad jurídica, cláusulas económicas y sociales, educación, modernización, transparencia*. Astrea.
- Yturbe, C. (2007). *Pensar la democracia: Norberto Bobbio*. Unam.



## DEMOCRACIA DIGITAL EN TAIWÁN

Mar Llera

Universidad de Sevilla y Taiwan Fellow

marllerallorete@gmail.com

Gracias a la *Taiwan Foundation for Democracy* y a la Fundación Emmanuel Mounier, la tercera edición del Congreso Internacional Move.net ha contado con un panel dedicado a la democracia digital en Taiwán. En él han intervenido tres protagonistas del *hacktivismo cívico* que dio origen a la **Revolución de los Girasoles** en 2014 y que se ha desarrollado ampliamente a partir de la consolidación del Partido Demócrata Progresista (PDP) en el gobierno de la isla. Las ponencias han corrido a cargo de **Audrey Tang** –ministra digital de Taiwán–, **Claire Cheng** –activista e investigadora de la comunidad g0v.tw–, y **Poyu Tseng** –de la *Open Culture Foundation* y del *DoubleThink Lab*. La mesa fue moderada por **Shiany Pérez-Cheng**, investigadora del *Institute for Statecraft* de Londres, organizada y coordinada por quien redacta estas líneas. La iniciativa gozó de una positiva acogida mediática, como muestran las piezas publicadas por *eldiario.es* y *El Confidencial*.

La sesión, que tuvo lugar el 15 de noviembre de 2019 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, arrancó con unas palabras del **Embajador de Taiwán en España, José María Liu**, quien subrayó el revolucionario alcance de las innovaciones taiwanesas en materia de gobernanza. En este contexto y en una escala no comparable a la de otros países, los avances tecnológicos en materia de información y comunicación se han puesto al servicio de una democracia participativa que articula al sector público y al privado, favoreciendo la colaboración cívica y fortaleciendo las instituciones políticas. Taiwán ofrece al mundo un positivo ejemplo de aprovechamiento del potencial tecnológico para superar los déficits de la democracia convencional. Así presenta una potente alternativa a la distopía de un mundo inteligente gobernado por corporaciones que se apropian de nuestros *Big Data* a través de un panóptico desde el cual cercenan la libertad.

Audrey Tang, pionera a nivel mundial de una cartera de democracia digital, abrió su intervención subrayando precisamente este activo: el valor de ser libres y poder autodeterminarse desde el seno de la propia comunidad política. La implicación de la ciudadanía en experiencias y proyectos concretos de deliberación colectiva, toma de decisiones y distribución compartida de recursos incrementa la confianza en las instituciones. Taiwán se ha construido así como una república cívica, protagonizada por una sociedad civil de identidad transcultural. Los complejos desafíos que genera esta realidad se encaran a través de una democracia participativa tecnológicamente mediada.

Tras una breve contextualización, Tang explica los fundamentos de este modelo de gobernanza destinado a construir consenso, fomentar dinámicas de colaboración y garantizar una radical transparencia. En este sentido, la presidenta Tsai Ing-wen sostiene que la democracia no debe significar un choque entre dos universos de valores opuestos, sino una conversación entre una constelación de valores distintos. –“¿Cuáles son nuestros valores comunes, a pesar de nuestras diferencias? Y sobre la base de estos valores, ¿qué soluciones podemos plantear en beneficio de todos?”. Con este espíritu de co-creación se logra la subversión de las paradojas: superar la lógica de la oposición, del enfrentamiento, para construir alternativas que integren lo diverso como complementario. Es así como Taiwán está desarrollando, por ejemplo, modelos de negocios que procuran a un tiempo la ganancia económica, el beneficio social y la sostenibilidad medioambiental.

El país es actualmente líder mundial en *open data*, participación en internet, acceso digital de las mujeres, inclusividad digital y otros indicadores similares. Todos ellos revelan el potencial de una tecnología cívica que permite a multitud de personas escucharse unas a otras, en lugar de que una persona se dirija a un público multitudinario. Desde 2014 la isla ha desarrollado a nivel nacional una política de *open data* y *crowdsourcing*, donde la información objetiva sobre los hechos es complementada por la expresión de los sentimientos y las opiniones subjetivas de los actores sociales, que presentan sus propias ideas y se implican en la toma de decisiones políticas. De esta manera –subraya Tang– se reduce la polarización social, se liman los antagonismos, se propicia el consenso y se superan las ideologías, “esos virus de la mente que nos impiden reconocer los hechos y los sentimientos de los demás”. Tras exponer varias herramientas de gobernanza digital –entre ellas la plataforma PDIS (*Public Digital Innovation Space*)– la ministra apunta varias experiencias de éxito que demuestran la viabilidad de esta filosofía colaborativa.

En la base de tales experiencias se encuentra la mayor comunidad *civic-tech* del mundo, la **plataforma g0v.tw**, donde la letra “o” es sustituida por un cero para significar el código digital binario. **Claire Cheng**, investigadora y activista de esta plataforma, ha examinado su impacto desde un compromiso cívico que permite cubrir los déficits democráticos del sistema institucional. A partir de ahí se analizan los orígenes, iniciativas, herramientas y logros de la plataforma.

G0v.tw nació en 2012 como una comunidad de código abierto cuyo propósito era superar la habitual inercia social que oscila entre la reivindicación y la crítica al gobierno, en contextos tradicionalmente marcados por la asimetría y la falta de transparencia. Esta comunidad integrada por desarrolladores y hacktivistas en lugar de pedir soluciones a las autoridades se propuso ofrecerlas, a través de herramientas *open source* que posibilitan una concepción no jerárquica del poder. Así surgieron los llamados *hackatones*, donde cada dos años Taiwán reúne a más de un centenar de participantes comprometidos con los proyectos cívicos que ellos mismos diseñan en función de sus intereses y habilidades.

Cheng explica cómo el Movimiento de los Girasoles de 2014 dio impulso y catalizó esta plataforma, hasta hacer de ella lo que es hoy, un espacio comprometido con la transparencia de información sobre asuntos públicos. De este modo se dan a conocer las contribuciones específicas de cada político, se combate la desinformación a través de instrumentos de verificación, y se informa al público sobre los candidatos al poder y sobre sus propuestas. Además, g0v.tw colabora con otras organizaciones no gubernamentales y con la ciudadanía en la defensa de valores, derechos e intereses compartidos; canaliza el compromiso cívico a través de consultas a expertos de la sociedad civil, iniciativas de transparencia y *open government*, y proyectos colaborativos.

La tercera ponente, **Poyu Tseng**, de la *Open Culture Foundation* y el laboratorio *DoubleThink*, analiza en su presentación el contexto histórico donde se perfiló el actual modelo taiwanés de gobierno abierto y democracia digital. En tal contexto destaca la precipitada aprobación de un controvertido Acuerdo de Liberalización del Mercado de Servicios, que de no haber sido retirado por la presión cívica en 2014, habría dejado Taiwán a merced de la brutal competencia china, sin apenas análisis de su impacto y sin garantías democráticas.

A partir de tal punto de inflexión, la sociedad taiwanesa comenzó a pensar en la democracia que deseaba para los próximos veinte años: un modelo basado en la gobernanza transparente, la participación en la toma de decisiones y el compromiso cívico. Sus propuestas fueron recogidas en un *Informe sobre Gobierno Abierto* (2014-2016) vertebrado sobre cuatro pilares: fundamentación legal y política, *open data*, estudio de casos de participación cívica y herramientas *civic-tech*.

Actualmente Taiwan cuenta con tres plataformas de participación ciudadana que favorecen la gobernanza democrática tanto a nivel local como nacional: **I Voting** –un sistema de referéndum digital vinculado a la administración local de Taipei-; **Join**, dependiente del *National Development Council*, y **vTaiwan**, plataforma cogestionada por este mismo organismo y por la comunidad hacktivista *g0v.tw*.

Como conclusión cabe destacar, por un lado, la relevancia histórica y el alcance internacional del ejemplo taiwanés, que sienta las bases para revertir la deriva distópica a que hoy nos abocan los *Big Data* y la inteligencia artificial, capitalizados por multinacionales y por un autoritarismo político en ascenso. Por otro lado, es preciso valorar que las iniciativas aquí presentadas no son sólo propuestas sobre el papel, sino experiencias reales que, aun con limitaciones, han demostrado su potencial y viabilidad. De ahí la importancia de mantener la vista puesta en Taiwán y en su dinámica democracia.



## Presentación de Audrey Tang por parte de José María Liu

Sr. Representante de Taiwán en España

Autoridades de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, muy estimados participantes e invitados, a todos muy buenos días:

Como representante de Taiwán en España, es para mí un honor y una inmensa responsabilidad presentar la intervención de mi ministra, Audrey Tang, para hablar sobre la implantación de la democracia digital en Taiwán. Quiero felicitar en primer lugar a los organizadores de este Congreso Internacional sobre Movimientos Sociales y TIC, en especial a los profesores José Candón, director del Congreso, y a la profesora Mar Llera, coordinadora y artífice del acuerdo con la *Taiwan Foundation for Democracy*, que ha hecho posible la intervención de los ponentes taiwaneses en este congreso. Mi enhorabuena por lo acertado de los asuntos elegidos, y mi agradecimiento por la oportunidad que me brindan de estar aquí para presentar la intervención de mi ministra.

Desde la llegada al poder de nuestra presidenta Tsai Ing-wen, el Gobierno de Taiwán ha dedicado especial atención a la puesta en práctica y el desarrollo de una novedosa democracia digital, apostando por un sistema que facilite una verdadera participación de la ciudadanía en las decisiones gubernamentales mediante la aplicación de las nuevas tecnologías.

Como país puntero en Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) Taiwán ha sentido la necesidad de liderar esta nueva iniciativa tecnológica y participativa, creando un ministerio digital al frente del cual se encuentra Audrey Tang. Se trata de un departamento que reúne dos de las características fundamentales con las que Taiwán quiere presentarse ante el mundo: la democracia y el desarrollo tecnológico.

La participación ciudadana en procesos administrativos, gubernamentales, o de cualquier otra índole, está suponiendo una verdadera evolución en nuestras sociedades, haciéndolas más justas e igualitarias, y otorgando los mismos derechos a todos los ciudadanos. Se necesita de un verdadero compromiso del estamento gubernamental para que tal tarea sea realmente justa y equitativa.

Tales aplicaciones y medidas han sido, siguen siendo y sin duda seguirán siendo prioridades del Gobierno de Taiwán, y esperamos que nuestro modelo de nueva democracia digital sirvan como ejemplo para nuestros países vecinos y también para el resto del mundo.

Les dejo ya con la intervención de la ministra digital de Taiwán, Audrey Tang, y les quedo muy agradecido por su atención.

## INSIDE TAIWAN'S NEW DIGITAL DEMOCRACY

**Audrey Tang**

Digital Minister of Taiwan

The catchphrase “sense of impending doom” emerged out of nowhere earlier this year. It quickly set Taiwan’s Internet alight and attracted a nickname: “mango feeling.” Many people are feeling anxious or even helpless.

Where does “impending doom” come from? In my opinion, it mainly stems from a fear of losing freedom.

But there is a cure for this malaise: participation in the creation of Taiwan’s democracy. This is because the step-by-step process affords all actors the opportunity to experience concrete implementation and gain confidence in continuous progress. At the same time, every soul in Taiwan can act collectively in overcoming the challenges and risks faced by democracies the world over.

“Why don’t we decide Taiwan’s affairs for ourselves?” This is the most direct question on the dust jacket of the book. I hope all readers, apart from reading to find answers, will join in creating democratic opportunities. Even the smallest beginning may kindle the spark of a greater movement.

Taiwan is the cradle of numerous lineages and cultures since ancient times. Austronesian languages and new inhabitants are the some of the more recent hallmarks of this reality. After a few hundred years of pursuing democracy, Taiwan has formed a transcultural identity with civil society enshrined as its main body.

Thus, I would like to share a short poem around the new interpretation of “Mínguó” — a country based on participatory democracy:

Swirling ocean, beautiful islands: A transcultural republic of citizens.

婆娑之洋，美麗之島；公民之國，在花之中。

When it comes to participatory democracy, I’m an optimist. This strange condition began when I was 15 years old. That was 1996; I discovered that the future of human knowledge is on the Web, and my textbooks were all out of date.

So I told my teachers: I want to quit school and start my education on the World Wide Web. Surprisingly, the teachers all agreed with it.

A year later, I founded a startup working on Web technologies, and I get to join this fabulous Internet community that runs with this crazy idea — an open, multi-stakeholder political system that powers the Internet to this day.

Today, as Taiwan’s first Digital Minister, I’m putting into practice the ideas that I learned when I was 15 years old: Rough consensus, civic participation, and radical transparency.

Surprisingly, it’s working and it’s transforming our society.

Two years ago, our President Tsai Ing-wen said an inspiring statement in her inauguration speech. She said: "Before, democracy was a clash between two opposing values, but now democracy must become a conversation between many different values."

Indeed, in conventional thinking, social benefits and business profits, for example, are opposite forces and often contradict each other, forcing the government to make tradeoffs.

However, the idea of social innovation brings a brand new way of thinking.

For people working on social innovation, the core objective may be achieved by developing business models to address social issues or environment issues, and the government’s role has changed.

Instead of being the arbiter torn between different sides, we are now asking a different set of questions. We’d ask: “What are our common values despite different positions?”; and we ask: “Given the common values, can we find solutions for everyone?”

This is the spirit of co-creation, a spirit for subversion of paradoxes.

Civic technology — the branch of technology that enables millions of people to listen to each other, instead of one person speaking to million people, is a core ingredient to co-creation.

Indeed, in the past couple years, Taiwan has been consistently ranked the top country internationally on open data, on internet participation, on women's digital access, digital inclusivity, et cetera.

All this was because we adopted open data and crowdsourcing as national direction since 2014 — it was catalyzed and epitomized by an Occupy movement in March 2014.

There was a live demo of mass participation — We occupied the Parliament for 22 days.

At the time, the MPs in Taiwan were refusing to deliberate a Trade Service Agreement with Beijing, so the occupiers got into the Parliament at night and stayed there.

For 22 days, we demonstrated how to deliberate a Trade Service Agreement with the whole society. There were over 20 NGOs participating. The Greens, the Labors, the Independents, everybody.

We supported this whole deliberation with a radically transparent broadcasting, live streaming, logistics system, which we exported to Hong Kong for the Umbrella Movement in the same year, and was powered by this community called g0v.

g0v is a civic tech community with a call to “fork the government.” We take the government websites, which all ends in gov.tw, and make better open alternatives, that ends in g0v.tw.

For example, the annual national budget is hundreds pages long, in a PDF file, and it's very hard to read.

The g0v community's very first project was budget.g0v.tw, which shows the national budget in a way that everybody understands, and you can drill down to each and every budget details.

Today, this system is adopted by seven city governments, and powers the participatory budget platform for the Taipei City at budget.taipei.

Anyone can just look at this map, find the part of city budget they care, and type in any question they want to ask, and a career public servant actually comes forward and answer for that part of the question.

It becomes a direct dialogue platform, not through the city council, but for the career public servants to communicate with citizens.

So why are there so many civic hackers in Taiwan, like me, who spoke to my clients during the Occupy movement — Apple, Oxford University Press, Socialtext — saying, “OK, I have to take a three-week leave, because democracy needs me?”

I think it's because our generation — I'm 38 now — we are the first generation that enjoyed the freedom of speech after three decades of martial law and dictatorship.

That freedom arrived in 1989, the year of personal computers. For us, the personal computer revolution and freedom of speech is the same thing. Our first presidential election by popular vote, in 1996 is also the year that World Wide Web got popular.

Internet and Democracy, not two things, one and the same thing in Taiwan.

So for the past 30 years, when we see “free software,” we always think of freedom of assembly, freedom of speech, and never “free of cost.”

We know that freedom is never free of costs. Our parent's generation, our grandparent's generation paid dearly for it -- and we need to use the software freedoms to keep it free, as we did during the Occupy movement in 2014.

The movement caused a revolution, although a peaceful revolution. There was a radical transformation of social expectations at the end of 2014, and many Occupiers just found themselves elected mayors when they did not expect it.

Because of this, the Prime Minister resigned, and the new Prime Minister, an engineer, said, “OK. From now on, crowdsourcing, open data are just going to be the national direction.”

Occupiers, and the civic tech people who supported them, were then invited as mentors, advisors, to the public service to solve issues like Uber.

Uber is very interesting, because it is a meme — a virus of the mind.

The meme was called “Sharing Economy,” and it says that algorithms dispatch cars better than laws, so we don't have to obey laws.

The meme spreads through apps, from drivers to passengers to drivers, and you can't really argue with a meme, just like you can't argue with the flu. It's not in the same category.

There's protests, the taxi drivers surrounded the ministry of transport, demanding negotiation. But how do we negotiate with a virus of the mind?

For us, the solution is through a deliberation that involves thousands of stakeholders. It's a scaling down of the deliberation we just did with half a million people, so we think we can do it.

Deliberation, thinking deeply about something together, is an effective vaccine against a virus of the mind. When everyone—passengers and drivers, academics and public servants—listened to each other and formed a consensus, we become immune to divisive PR campaigns in the future.

A proper deliberation, with the “Focused Conversation Method,” involves four stages.

The first stage is “Facts”, where we collect evidences, first-hand experiences, objective data.

Then, after that is confirmed, we move to collect everybody's “Feelings” about those same facts. You may feel angry. I may feel happy. It's all OK.

After people converge on their feelings that resonates with everybody, we then talk about “Ideas” — The best ideas are the ones that address the most people's feelings.

Then we translate them into legalese and sign them into “Decisions.”

However, if the decision-making process is not transparent, people on the street would speak a different language than people in the government — so they're not even agreeing on basic facts, let alone each others' feelings.

In that situation, ideas become “Ideologies” — viruses of the mind so potent, that they can blind people to new facts and to each other's feelings.

So our first step is open data, that is, making all the facts available, and ask the private sector and civil society to share what they have.

Next, we created an interactive survey on Pol.is, to ask about how they feel. Four groups of people soon emerged: Taxi drivers, Uber drivers, Uber passengers, and other passengers.

The Pol.is system shows each group how their shared sentiments are received by other groups.

The interesting thing is, it lowers people's antagonism. Because you see all these people on different sides are your Facebook and Twitter friends, you just didn't talk about this over dinner.

At the beginning, the people were all on the corners, but because we say we only give binding power of anything that people can propose that convince a supermajority — that's 80 percent of people — the participants converged on feelings that resonate not only with like-minded people, but across the aisle.

Instead of distracting, we attract consensus.

After we get a set of feelings that resonate with practically everybody, it's now much easier for the government to meet with all the stakeholders, and check with them, one by one.

Here is the consensus of the people. Do you agree? If you do agree, how do we translate that into law?

They are bound to the words they said during the live-streamed consultation, and the stakeholders agreed. When we ratified their agreements in August 2016, everybody knew that it's coming. Everybody anticipated it.

Uber now operates legally under the new framework, but so did the taxi companies, who are now adopting the same model that Uber is using for dispatching its cars.

So this method works. The next question is: Can we scale this process of listening?

So right after the ratification, I joined the cabinet as the Digital Minister, to explore this possibility through PDIS, the public digital innovation space.

It's like Policy Labs in the UK. It's a digital service at the national level. We have designers. We have programmers. We are automating away a lot of those chores that the public servants are doing, in order to make participation possible.

Even more interesting than the technological contributions, is the culture that we are bringing to the government.

For example, I'm a radically transparent digital minister. By that, I mean that all the journalists, all the lobbyists, everybody gets to ask me questions, but only publicly.

If I get questions from a private email, I will reply and say if it's OK to give my answers publicly. If not, I just give them links to what my previous statements are.

It's not just to the lobbyists and journalists, but also for internal meetings. For all the hundreds of internal meetings that I have since I was the digital minister, everything was transcribed.

There was the written record for everything everybody said during meetings, and we sent them to participants afterwards to check for 10 days, and publish.

The effect of this is very surprising. The bureaucrats actually become very innovative and risk-taking. They propose some very good ideas under this condition. That's because previously, before I introduced this kind of radical transparency, they would get the blame if things go wrong, and the minister would get the credit if things go right.

Now, with this completely accountable record, if things go right, they get the credit, because their name is on the transcript. Because it's an experimental method, if things go wrong, it's all the digital minister's fault.

Under this condition, they become very innovative and open to a lot of interesting ideas.

One of the ideas is adopting this thoroughly free software platform called Sandstorm, as our public service internal platform. We use the same tools, like Etherpad, like Trello, like Slack, how the free software community is organizing ourselves these days, we also use it in the public service.

Previously, the roadblock was the cyber security issue, but we were able to find this community platform called Sandstorm, that solves the cyber security problem. It gets audited by our cyber security department, so that all the free software than runs on top of it doesn't suffer from cyber security attacks and issues.

We were able to adopt a lot of free software working methods, just by adopting this Sandstorm free software platform.

We have a lot of interesting systems proposed by young public servants, like an app for ordering lunch together, or to plan travels together, or whatever. It's really good to have this choice.

Also, we had a e-petition platform as a way for people to participate. It was like the "We the People" platform in the US. It did not receive much attention, because for cross-ministry issues, people would get those very blank, very bureaucratic answers that doesn't really solve their problems, but just explains why they can't do much about it.

After I become the digital minister, we asked each ministry to send a team, at least one person, to serve as participation officer. We assembled this virtual team of 50 people online, using Rocket.Chat and all those tools for online engagement.

Now, in Taiwan, when people start a petition, they know instead of just a dutiful response, they will actually get to meet with all the relevant ministries in Taipei, or we will travel to those rural areas and islands, if they are petitioning for local development.

We solved a lot of very interesting problems like this, without exposing any public servant to risk. So we relieved their fear, uncertainty, and doubt around civic participation.

For example, we have a petitioner last May who petitioned that for Mac and Linux users, the national income tax filing software is "explosively unfriendly" to use and so instead of just explaining the problem, we invite everyone who complained the loudest to co-create the new tax filing system for this year.

Through this kind of co-creation, people learned that they can contribute their expertise, not just as complaints, but as co-creation efforts.

By collaborating with the civic sector, we are building a robust environment suitable for social enterprises to grow, where the power of civil society could be brought into full play.

The venue we hold these collaboration meetings, the SIL because we organized five co-creation workshops, to which 100+ social enterprises were invited to communicate their conceptions and expectations for the Lab.

As such, we achieved a blended consensus and created a space fulfilling all purposes. For example, the Lab stayed open till 11:00 p.m., and so did the café and kitchen—a resident chef was also arranged.

Moreover, I personally provide my office hour at the Lab every Wednesday, from 10am to 10pm. Provided my visitor agree to have our conversation posted online, anyone interested in social enterprises is welcomed to have a discussion with me.

The different regional cities' social enterprises, the innovators, gather around me. It's just me that travels. Everybody else remains in Taipei, but we still have good video conference and transcription that makes it very easy to see the local problems being surfaced and being resolved in a very quick fashion, because all the related eight or nine ministries are there.

Once the people solve it, the other unrelated ministries also understand, "OK, so this problem is to be resolved in this kind of way."

“g0v Air Pollution Observation Network” is such an example.

By combining the diversified talents in network communities, this project utilizes the simple air quality sensor “airbox,” which is becoming very popular, and applies IoT technologies, so that all interested people can participate by providing real-time air quality information, whether on their own balconies, at school, or in the office.

Little by little and bit by bit, thousands of contributors accumulated a massive database, which is closer to that of the air quality in the actual places where people are active.

An exceptional advantage of Taiwan is the full support, instead of rejection, of the government. As part of the forward-looking infrastructure plan, we launched an “IoT for Public Good” program with a 4-year budget of TWD 4.9 billion (USD ~150 million).

In the program, an enormous amount of environmental data on air products, meteorology, water resources, earthquakes, disaster relief, etc. are integrated into a high-speed computing environment, so that we can collaboratively discover the correlations between social activities and environmental phenomena more quickly.

We are also working with our Industrial Technology Research Institute to assist with the manufacture of domestic, affordable, high-quality PM 2.5 detectors, so communities can yield data of a higher accuracy.

Why does the Taiwan government encourage such social innovations? Currently, there are many misunderstandings between governments and their people due to lack of transparency and insufficient information.

Using the air quality in Taiwan as an example, establishing effective dialogs about public policies is difficult until the sources of daily air pollution are disclosed to the whole society—including what pollution come from outside Taiwan, from fixed sources in Taiwan, and from mobile sources, etc.

We are proud that “airbox” related products and application experiences have been introduced all over the world.

So to speak, by uniting the strengths of both the government and the public, Taiwan proved to be capable of not only solving its own problems but also providing such solutions to other countries in similar situations as a reference.

More over, we have a “Sandbox Act” in Taiwan, so if you experiment in FinTech, or in self-driving vehicles, you can apply for an experimentation for 12 months up to 3 years. You get to break some laws during that period, but you need to explain why these laws need to be broken to achieve the common good.

During the experiment, we assemble a multi-stakeholder panel that collectively decide, using civic tech and consensus-gathering methods, whether the society thinks this is a good idea moving forward, or if it’s a bad idea.

If it’s a good idea, regulations and laws get changed because of this social innovation. If it’s not a good idea — at least the risk is limited and everybody learns something from it, so we can try a different model next time.

Through this way, Taiwan contributes our experience to the planetary civic society, focusing not just one or two sustainable development goals, but especially on SDG17, cross-sectoral, international, and cross-discipline collaboration.

In conclusion, I’d like to share a prayer with you about the subversion of paradoxes:

When we see “internet of things”, let’s make it an internet of beings.

When we see “virtual reality”, let’s make it a shared reality.

When we see “machine learning”, let’s make it collaborative learning.

When we see “user experience”, let’s make it about human experience.

When we hear “the singularity is near”, let us remember: the Plurality is here.



## CIVIC HACKING: A RETROSPECT AND AN ANALYSIS OF COLLABORATIVE PARTICIPATION

Po-yu Tseng

Doublethink lab

It is my pleasure to present the Collaborative Participation and Challenge of Digital Democracy in Taiwan today. I want to thank Move.net and Taiwan Foundation for Democracy for hosting this event.

I'm Poyu. You could call me Fi. I was one of the spokesperson at the sun flower movement back in 2014. And had run election couple times. As you can see I didn't get elected. But somehow from the election I started to focus on Open government and become a researcher for *Open Culture Foundation* and now is working in Doublethink lab. I only have 15 min so I will try to talk faster. If there's something that's unclear for you feel free to stop me or ask me at the QA time after this.

Today's presentation will be divided into 4 parts. First I will talk about what happened in Taiwan that we started to look into open government and digital democracy. Second I will introduce a report that I did about open government in Taiwan and the Findings of the research. Last but not least I will talk about the challenge we are facing right now.

So what happened in Taiwan. In 2014 Under previous president's pro China policy our government try to force pass Cross-Strait Service Trade Agreement with china.

It is a humiliation to our democracy because a they wouldn't do any impact analysis for labor and industries as lots of CSO request in the hearing. B They wouldn't allow legislator to discuss the deal but force pass it in 30 sec.

It result in a huge occupation movement. Hundreds of thousands citizens occupy the parliament for 24 days. Demanding the parliament to be truly open to people and to be transparent.

During the time of occupation we even host an citizen meeting that more than hundreds of people discuss about constitution reform.

After this movement The trade deal was postpone and public opinion start to care about open government. We start asking ourselves *How would you picture the Democracy in 20 years*

For me I think open government actually has 3 component : gov transparency open decision making and open for citizen to engaged.

That's why we conduct open government report 2014 -2016 to examine what had government done to achieve this and did it works This report had 4 chapter. First is law and policy the foundation of open gov. Second is open data. Third is citizen participation and some case study. Finally we talk about Civic Tech Collaboration with Governments.

This report is actually written in Chinese and English and is all open online If you are interested you can scan this QR-code. Or google Taiwan open government report. This report had 300+ pages so I'm not going to go through it all. I will focus on cases of citizen participation and the findings of the report.

So first I want to talk about citizen participation cases. In order to differentiate cases of traditional participation we had define this new model as built on deliberative democracy and open government idea and use online tools to lower the bar of participate.

There are 3 online tools we use at the time I-voting Join and v Taiwan.

i voting system is build by Taipei city gov

it is an online Referendum system. the proposal can be both from Citizen or from department of city gov

but because threshold of proposal it's really high for citizen to purpose. it required thousands of signature to purpose

so by the end of 2016 there are only 9 ivoting cases all purposed by taipei city government

the qualification of voting is different from cases but all required Taipei citizenship

I want to introduce how ivoting system work by Shezidao Development Deriction cases

Shezidao is a district in taipei that use to be Prohibited for construction and agriculture due to it's frequency of flooding.

But because of the residence of demanding to broaden the limitation Taipei city government decide to put how to develop as a case of voting.

So How does this work

The proposal is called development direction voting it was proposed by department of Urban development there was 2 set of voting

first was voted by residence of

second was voted by all taipei citizen

both result will be reference of urban design review committee

Join platform is built by National Development Council

there s 3 feature : Propose + Talk + Supervise

the most important one is propose. anyone with ROC nationality can propose

but you will need 5000 seconds in 60days in order to have response from gov related department from gov will response within 2 months

In this pic you can see there s also Talk + Supervise section up there. Talk is for citizen to give feedback for policy that gov was planning

Supervise will link you to gov budget and existed policy

This case that I show at the screen is Menstrual cup proposal

it used to be illegal to sell Menstrual cup online in Taiwan and someone propose to legalize it on Join platform

And got 6150 seconds in 60 days. Here s the second list

So the Minister of Health and Welfare had to respond within 2 months. Here s the pic of their respond.

Not only do they need to respond but they will need to come up with what they are planning to do in order to deal with this proposal

vTaiwan is built by National Development Council in collaboration with gov community

it s a platform to discuss regulations that associate with internet

Gov proposed an idea on regulation and the Discussion is between Citizen + Gov official

As an example here s a discussion about the legalization of Uber on vTaiwan As you can see it is divide into 3 column :First is the accurate time

on second column the discussion will be divided in different time period

in this case it was divided into opinion gathering drafting and historical events. The Ministry of Transportation and Communications

hold a draft meeting to discuss on this issue it was both online and offline Historical events as they amend the Administration of Motor Transport Act

One of the important factor of vTaiwan is it brings in different tools

pol.is is a platform to discuss. Audrey had introduce at the previous session say it is a project of mysociety : A tool for making transcripts easy to read search and share on the internet

hackpad do collaborative note-taking of meeting

We ask Four W: Where does the participation happen Who participate When/ in what stage does the participation happens and How does it happen

First question we want to ask here is where do these platforms operate

- both online and offline:

- although they are all online tools the operators know that online participation has its limits: couldn t reach to all stakeholders hard to have discussion with quality and engaged conversations

the reason for offline participations is

1 so as to engage diverse groups of people

2 different channels enable various viewpoints to be expressed

- however except for vTaiwan the other two platforms don t have regular procedures of online and offline. offline meetings are not well institutionalized and may become random.

As for the question who we are asking

who build the tool who set the agenda and who can express opinions on the issue discussed

- tool-building is important but not often paid attention. civic tech is a collaborative process of solving public issues. and the tool often decide the quality and the procedures of participation
- agenda-setting is crucial. it decides what to discuss how and who
- who can participate on a specific issue

We divide the policy making process into several stages from problem analysis to planning legislation implementation and evaluation.

Join is more like petition website for the government to have a rough idea of public opinions.

iVoting has the function like Join but it can also be used at the planning stage vTaiwan aims at reforming the laws so it has a more complete well-designed procedures from gathering opinions to drafting a law

How does it work

If we compare these 3 tools we will see

iVoting doesn't have information on line doesn't have channels for opinion and can't enable discussion

Join does have information on line but one could only second and they don't host meeting online.

vTaiwan is by far the most complete one since it have information on line have various channels for opinion and can discuss on line with pol.is and sli.do

But there are Two biggest issues for vTaiwan:

First how can vTaiwan gain more active participants from the stakeholders of each issue

Third how can this new mechanism for participation be integrated with existing mechanism

What are some findings of the report

First Online tools has to mix with offline effort

Second Impact depends on cases not on tools

Three Political support of high leaders is the key while good moderators are the bridge

In order to make a difference political leader's will on implementing the result and to bring different department together is the key to a successful case. Usually in bureaucracy system department don't communicate with each other well so the leader have to bring them on the same page of open gov. And the moderator who understand the languages of gov staff and citizen is also important.

Four Public attention may bring more participation but could also hinder quality discussion

Five How old and new mechanisms and systems are integrated is the challenge.

And that's mainly the effort on the government side after sun flower movement. But what's the challenge that we faced now

In the past couple years we had increasing cases of state-funded disinformation and it had become a serious threat to our digital democracy. How Because it increase distrust and decrease the chances of rational discussion online. It also resulted in people want government to open less because they are afraid that someone will use the system to manipulate our democracy.

There are several proven attacks this is the most famous one:

In Sep 5 2018 when there's typhoon landed in Japan and the bridge to Kansai airport is collapsed. The Weibo account operate by Communist Youth League of China first posted the fake story online about how a Chinese ambassador saved people overseas indicating Taiwanese people can only be saved if they are Chinese.

In three hours more than 600 posts used the same content to publish that story. A content farm operated by overseas Chinese make headlines. After this China waited to see if any Taiwanese netizens publish the story online and in several hours it sent its cyber force to publish the story on BBS the largest bulletin board in Taiwan. After that pro-China political talk shows made it into a huge event.

What should we do about this kind of foreign influence operation On the society side we had established a new organization called Doublethink Lab .

We had three teams First we had Tech team to Create tools to track down evidence and analyze behavior model

and we had a legislation team to Create legal Mechanisms for Democratic Resilience such as the new FARA act that was in the progress of legislation.

And finally we had social communication team that are trying to find out who is more likely to be influenced by disinformation What s the factor that make them believe in disinformation and how do we built counter narratives of this.

It is a work in progress. We are still collecting datas from this election and conducting a social behavior experiment. Hopefully next time I can share with you what we found.



## CIVIC HACKING: A RETROSPECT AND AN ANALYSIS OF COLLABORATION PARTICIPATION IN G0V.TW

Claire & Etblue

g0v.tw

Occupy Wall Street, Arab Spring and the Sunflower movement all proved that citizens were unsatisfied with democratic deficit. With the aid from information communication technology, citizens can communicate and collaborate more easily than before. In this background, civic tech is rising all over the world and changing the way of citizens engaging in politics.

Since g0v is one of the biggest civic tech communities in the world, its impact of civic engagement is worthy of research.

What is g0v.tw?

The Core Value of g0v.tw

g0v has originated from an open source community in Taiwan since 2012. The name “g0v” came from substituting the “o” with “0” in gov. It stands for rethinking the role that government plays and represents the world value of 0 and 1 in the digital native’s generation.

Instead of asking or criticizing, g0v provides a “patchwork”, which means a possible solution. The government can adopt g0v projects anytime since every contribution is open sourced.

g0v is constituted by various contributors. These contributors gather together due to passion and identification of open source value. Since g0v.tw is a bottom-up community, every contributor has autonomy in g0v.tw. They can decide what kind of projects they want to propose or contribute, the extent they want to devote and the progress of collaboration. Thus, no one can represent the whole community. Neither can anyone be called members since it’s only a community, not an organization.



Picture by ETBlue on: <https://etblue.blogspot.com/2014/05/g0v.html>

Bottom-up Organized Hackathon Brings Diversity.

Bottom-up is a main feature in g0v.tw. It can be seen in the organization of hackathon, which brings diversity in the community.

g0v.tw organizes 1 hackathon every 2 months. There were about 130 participants each time. In g0v hackathon, no central leader can plan the agenda. Since everyone can choose what kind of project they want to propose and contribute, activism works in g0v. Together, participants decide the content of the hackathon collectively.



Photos taken in g0v hackath34n by g0v on [flickr](#)

This bottom-up concept / pattern is similar with occupy movements, which both break through top-down hierarchy. Since participants can do whatever they wish, it's easier to increase the number and the diversity of participants. In g0v.tw, anyone with different values, ideas, skills and backgrounds can all participate in hackathon. That's different from NGO and social movement. Diversity of g0v.tw is even special in the open source community since most open source communities don't organize hackathons that often. Instead of it, open source engineers tend to organize meetups with the ones using the same programming language rather than organize hackathons for crossfield participants.

The other proof of diversity in g0v.tw is the "skill sticker" used in hackathons. Skill sticker is a media g0vers use to identify "teammates" in hackathons. This concept is similar to teaming up in the online game "world of warcraft". To recruit members from various occupations to balance the team, we may broadcast in channels to look for death knights or druids for your team.

When registering in hackathon, everyone would receive a card from the staff to write down the name and choose the stickers matching self-skills. This institution helps hackathon proponents find the skill they need. In hackathons, proposers of projects need to find various contributors to collaborate with them. With cards hanging on participants' necks, it's easier to find the exact skill needed for each project. The composition of g0v thus becomes more and more diverse thus the skill stickers has been updated for many versions so far.



pictures downloaded on: <https://drive.google.com/file/d/0B4e2GnpJzb7gaDJBcktyQ3pMRDg/view>

### Digital Tools Help Collaboration from Bottom to Up.

g0vers use digital tools a lot. These tools can be categorized into two types. The first one is “instant messages”. It includes IRC and slack. The other tool type is “collaboration tools”. It includes HackMD, Hackfoldr and Github. HackMD allows contributors to take notes collectively. It’s similar with Google doc, but more friendly for software engineers to make a systematic note. Hackfoldr is for contributors to collect all the files online together, so it won’t cost lots of time to search information. Github is for software engineers to code, to fork other’s code or to merge other’s patchwork.

Via these tools, contributors from different time zones and space don’t bother to arrange the meeting schedule. They can exchange information and leave a message anytime. These tools allow g0vers to communicate across multiple time zones and different spaces. Thus, it’s much easier to collaborate from bottom to up.

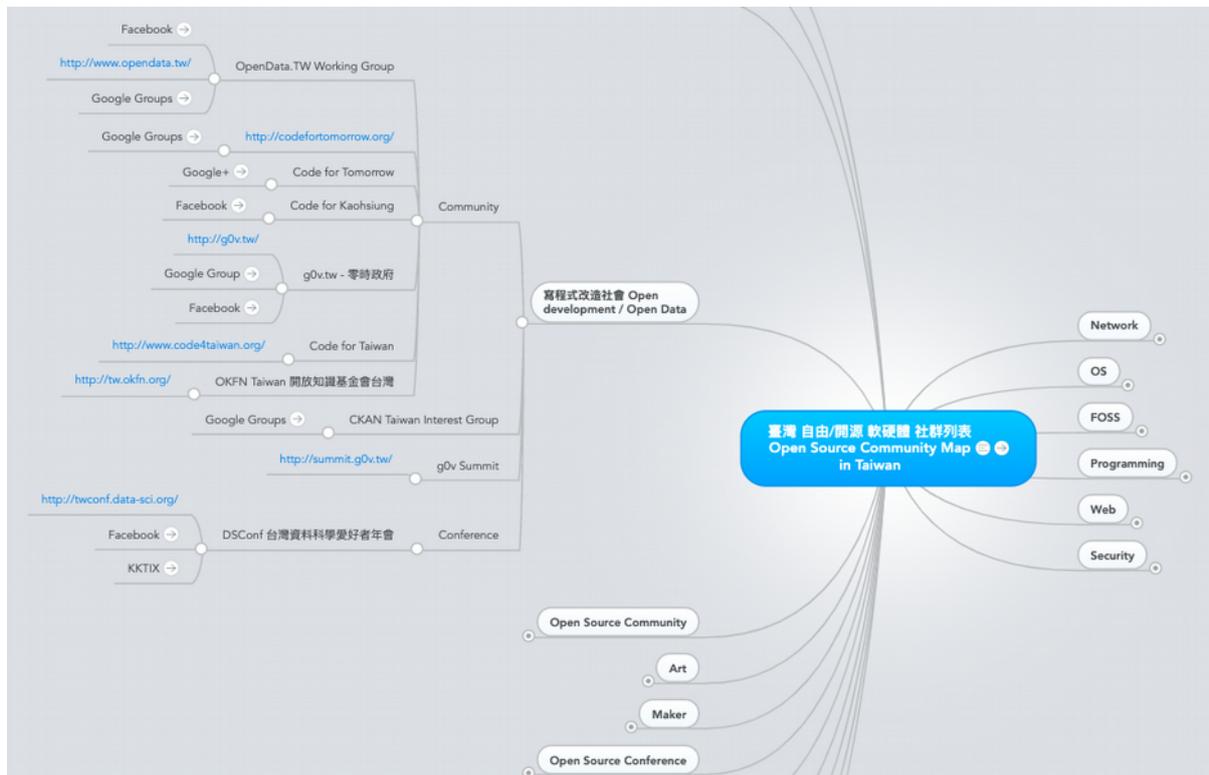
What has g0v.tw done?

### g0v Was Born on Rich Open Source Culture

g0v is not the first and the only open source community in Taiwan. According to Mr.Ger (2004)’s research<sup>57</sup>, the first open source community can be traced back to Linux user groups in 1994. Also, there are various open source communities in Taiwan, including hardware and software, not to mention the different communities of languages, user groups or intention. g0v is just one of them, but it’s the first one to combine multiple issues in public and societies.

57

Huang-bin, G.(2004). Rebel Code or National Code? -- The Development and Challenge of the Free Software Movement in Taiwan (1991-2004). National Tsing Hua University.



*This map was drawn by an open source hacker, Mr.Chen. It shows every soft and hardware open source community in Taiwan.*

### g0v.tw Was Born Out of Dissatisfaction of Government

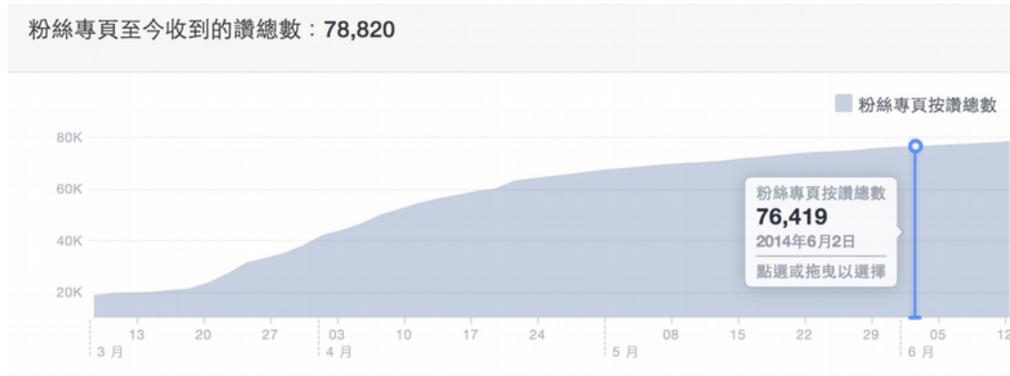
In 2012, a group of friends participated in “Yahoo Open Hack Day” as a team named “Hacker 15”. During the hackathon, they happened to see an advertisement of the government's economic power-up plan. The asymmetrical and non-transparency attitudes of the government angered them. Thus, they decided to develop a website which visualized the national budget to make it more understandable for citizens. This project won the prize. Those engineers decided to organize the first hackathon and start g0v.tw based on their prize.

### g0v.tw Became Popular & Diverse since Sunflower Movement

However, not only the world, Taiwanese heard the name of g0v for the first time during the Sunflower movement. Thanks to live broadcasts inside and outside the Legislative Yuan, what happened during the movement can be sent to every corner of the world immediately. It helps improve information transparency and dissemination.

There were lots of g0v projects developed during the Sunflower movement. For example, “Call your legislator” taught citizens how to express concern of insufficient deliberation of the legislative process to the legislators from your electoral district. Project “g0v.today” used hackfoldr to collect all the information during movement. It helped activists to organize the distribution of human resources and goods.

The Sunflower movement made g0v become more popular. This picture shows that the thumb on g0v's FB fan page has raised a lot since March. That's the time when movement broke out. Beside the reputation, the number and the diversity of participants in g0v hackathon raised after the Sunflower movement.



Picture from: <https://g0v.hackpad.tw/-E-g0v--YWjtHcj7nn7>

### g0v Develops Projects to Help Improve Data Transparency on Public Issues

Another impact on the Sunflower movement is that g0v got much more attention from citizens. g0v keeps developing projects which help citizens to engage in politics. Below projects are some popular cases:

1. Political contributions of politicians were retained in the Control Yuan and not allowed to be taken out in digital format by law. The Project “Open Political Contributions” is devoted to putting data of political contributions online publicly, which would be more convenient for citizens to supervise politicians they vote for.
2. Disinformation is a serious issue in many countries, and Taiwan is no exception. Various messages are sent and shared by line users everyday. Disinformation may impact cognition and even damages the trust between the citizens and the government. Project “Cofacts” helps to verify the authenticity of the message.
3. To help voters truly understand the candidates before they decide whom to vote. “Vote Taiwan” integrates the information of candidates on websites, such as voting attendance rate and voting bills.

### How does g0vers Engage in Public Issues?

#### An Innovative Way of Advocacy

Although g0v projects, NGO and traditional social movements all advocate on public issues, the format of advocacy of them is different. NGO and traditional social movements usually advocate by proposing a bill or criticizing the problems. It's not easy to lobby citizens by this way, since it takes effort and profession to understand what they advocate.

As for g0v, contributors advocate public issues by providing a solution prototype since coding and technology are their advantages. For citizens, it's easier to understand issues if they can see alternative plans workable. Based on open source rules, g0v's solutions are open for anyone, including the government to adopt, which connects to the g0v's value of “suspended government”.

Since every g0v project decides the development institution and pace autonomously, g0v projects may have different collaboration ways and progress. The autonomy in g0v is related to the fact that only few projects can last until achieving its goal. Actually, it's the nature of the open source community -- contributors determine to which extent they want to devote autonomously.

To make the political engagement of g0v easier to comprehend, we choose g0v project “Open Political Contributions” to analyze the collaboration between different stakeholders since it's a classic project which involves g0vers, NGO and government to interact in different phases of the project.

#### Grassroot Collaboration between NGO, g0v and Citizens

“Open Political Contributions” is one of the rare g0v projects that lasted until appealing to the attention of people, and eventually advocated successfully. This project was the achievement of collaboration between NGO, g0v and government.

This project was originated from the data of 7 politicians' political contributions carried to g0v hackathon by NGO in 2014. The NGO wanted to analyze government-business relations of politicians but couldn't deal with huge amounts of the data. Thus, the NGO proposed its demand and looked for help in g0v hackathon.

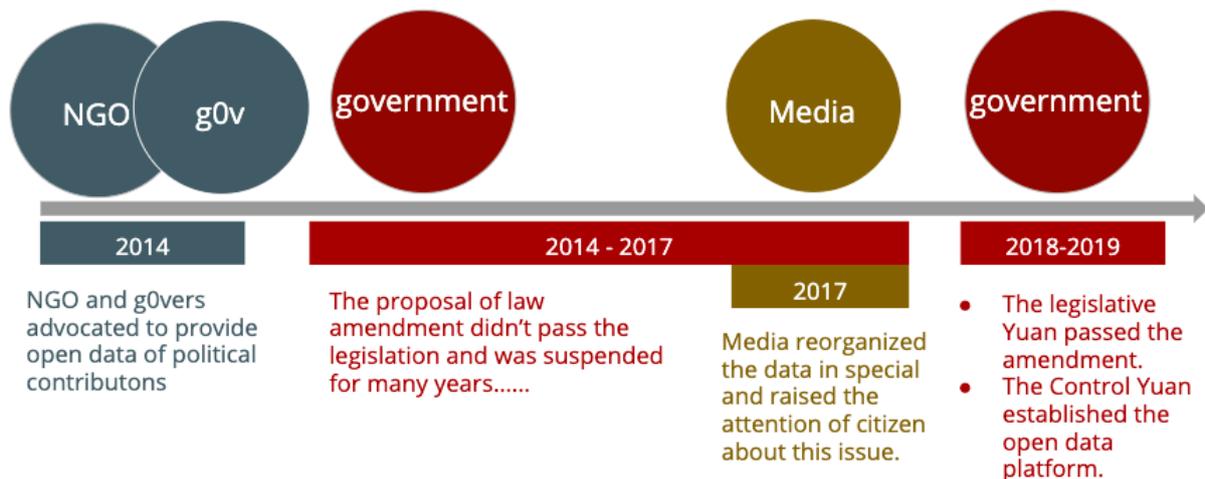
Some g0v contributors then launched the project “Open Political Contributions”. Since it was forbidden to make digital copies of political contributions from Control Yuan, they chose to resort to crowdsourcing. By

setting OCR infrastructure and writing instructions of collaboration, citizens can be involved in this project by spending a few seconds to identify the scan files of political contributions. OCR infrastructure helps integrate these piecemeal contributions into a complete file. Together, numerous citizens completed digital identification of 2,637 documents in seven special accounts within 24 hours.

During this project, NGO proposed the unsatisfied demand of civil society, g0v contributors provided the solution and citizens collaborated to fulfill its goal together. What they achieved made citizens easier to engage in politics by transforming the following three types of data:

- Offline to Online: Before, it's difficult for citizens to browse politician's data since it took huge effort to apply, to find the exact data stored in Control Yuan and to share printed data to others. This project turned offline data into online data, so everyone can browse and share the data by just one click. It's easier to supervise politicians.
- Profession to Understandable: Before, it's difficult to analyze the politician's government-business relationship since it took lots of professional knowledge to analyze every data. Some g0v contributors have translated boring raw data into infographic, which made data more understandable.
- Scatter to Integration: When citizens want to engage in public issues, they are usually desperate by spending lots of time searching for data from different websites or government agencies. This project helps to integrate data into one platform. It's more convenient for citizens to browse the complete information.

Despite all the effort, this project didn't succeed at first time, just like what happened in most g0v projects. Some legislative members have proposed amendments in 2014 due to this project. However, the legislative Yuan didn't pass the bill. The discussion of this issue was suspended for several years, until one media reorganized the data of this g0v project into their special report. It awoke the attention of citizens about this issue again. Finally, This amendment was passed in 2018. The Control Yuan agreed to set an open data platform in 2019.



Pictured by Ting-Yu Cheng

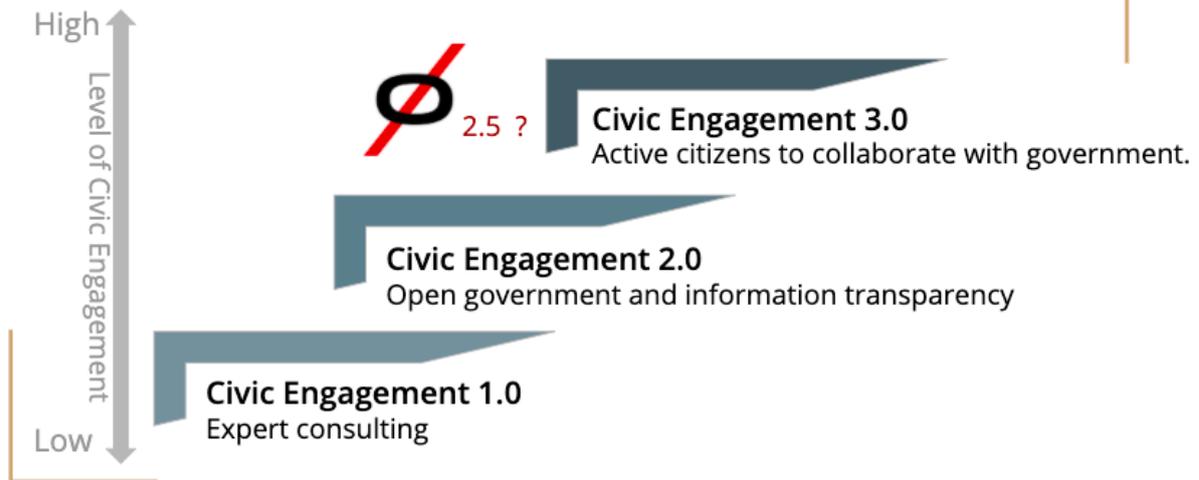
Although the advocacy wasn't accepted by the government at the beginning, open data remains an important basis during the advocacy. Since the g0v project is open source, the media can retrieve the achievement of g0v freely and reproduce it into a report, which helped to appeal for amendment again.

What's the impact of g0v brings?

#### A Potential New Form of Civic Engagement

As professor Tze-Luen Lin said, according to the interaction between citizens and government, the progress of civic engagement can be divided into 3 steps. The first stage is conducted mainly by consulting experts. It means the possibility for citizens to express their opinion is the least. The second stage focuses on open government and information transparency. Since more data is open, citizens have more opportunity to engage in politics. The third stage means citizens can collaborate with the government, thus citizens have more power to engage in politics. Citizens are mainly informed but not entitled to interact with the government for stage 1 and 2.

# Three Steps of Civic Engagement



Theory from prof. Tze-Luen Lin

Theory from Dr. Tze-Luen Lin. Pictured by Ting-Yu Cheng.

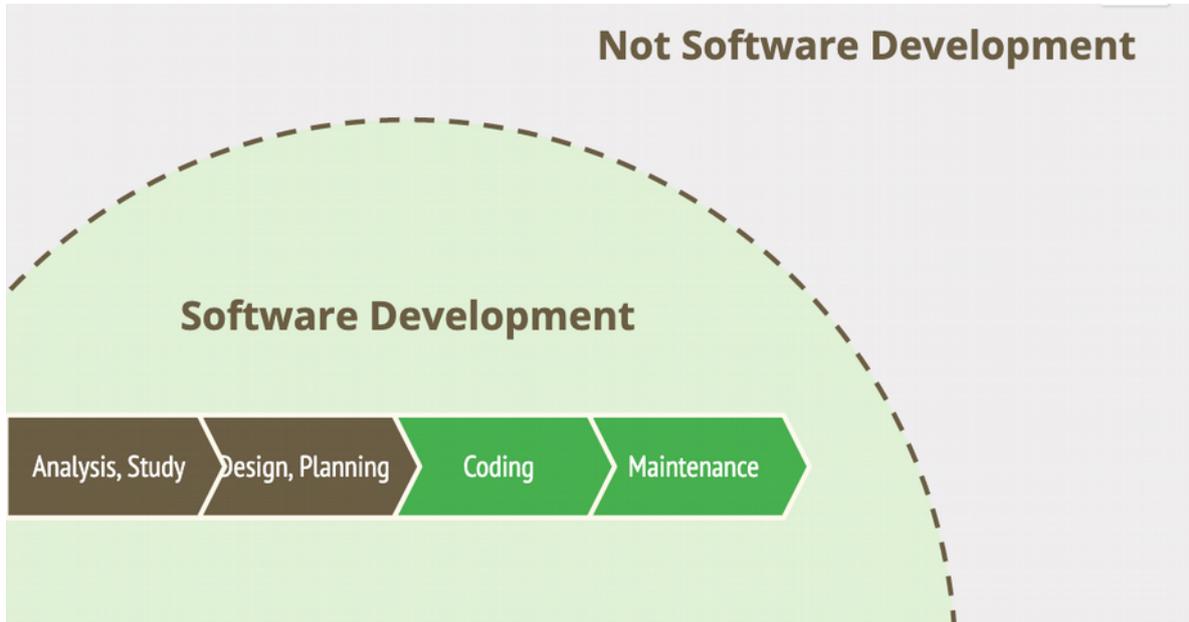
g0v seems to be stage 2.5 since g0v provides a prototype waiting for the government to adopt. Sometimes, g0v provides an immediate solution, such as a system for searching for patients, hospitals and medical resources. Sometimes, although the g0v project can't advocate successfully at first, the achievement of open data set up a basis of advocacy in the future, such as the above project "Open Political Contributions". In collusion, g0v brings new approach of civic engagement such as:

- Application of ICTs reduces the cost of disseminating information. Thus, it helps the government open more data than before.
- Three types of open data: transforming offline data to online; translating difficult data to easy-understandable data; integrating scattered data into a complete file. Open data makes citizens easier to get the data, understand the data and thus engage in public issues.
- Collaboration makes bottom-up more feasible and empowers the citizens with autonomy during political engagement.

## The Limit of Open Source Collaboration

The autonomy, flexible and decentralized features are related to the nature of open source, which gave the collaboration in g0v an innovative approach to engage in politics. However, open source collaboration also has some limits.

To figure out the reason, we can trace back to the origin of open source collaboration. It's workable especially during the coding and maintenance stage. The cost of "try and error" during software development is much lower than during policy making. Afterall, it only takes a few buttons to copy or to try another patchwork. As for the government, it can't jump back for another policy that easy. Thus, it's easier for the government to collaborate with citizens when it comes for the policy not contradicting the original system. If the advocacy is contradicted to the power structure in the government, it would go through political wrestling, which open source collaboration has problems to be adopted in the current policy making system.



Pictured by ETBlue

**MOVE.NET**

