

El nacimiento del ciberactivismo político

El auge del activismo digital y de la videopolítica contrasta con la languidez de las estructuras tradicionales de los partidos. Barack Obama lidera mundialmente un fenómeno que también está llegando a España

Por **ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ**

Existe una notable efervescencia digital en la preparación de los congresos que la mayoría de las fuerzas políticas españolas (ERC, PP, PSOE, CDC...) han celebrado, están celebrando o van a celebrar antes de las vacaciones de verano. Se han llegado a debatir *online* diversas enmiendas de *política 2.0* a las ponencias oficiales. En la mayoría de los casos, estas enmiendas abordaban el uso de las nuevas tecnologías en la acción política. Pero algunas han ido incluso más allá y, confiando en el potencial de cambio de las nuevas tecnologías, han propuesto repensar tanto el modelo organizativo de los partidos como sus fórmulas para el debate programático y sus mecanismos de relación con la ciudadanía.

Existe una fuerte convicción de oportunidad inaplazable. Las dificultades sociales y políticas a las que todos debemos enfrentarnos, en lo local y global, exigen que el talento y la creatividad latentes en la Red penetren y revitalicen las estructuras de los partidos democráticos para actualizar su concepción básica: la de servicio público. Hay hambre —y urgencia— de nuevas ideas para los nuevos desafíos. Y la Red palpita mientras las estructuras partidarias languidecen. Hay quien lo intuye y hay quien no quiere verlo aunque lo sabe.

El eco de la videopolítica y del activismo digital en la campaña para las elecciones generales del pasado 9 de marzo está muy presente en este contexto. Por primera vez, los partidos políticos utilizaron en España de forma masiva, estratégica y organizada diversas iniciativas en la Red para movilizar recursos humanos (descubrieron el potencial de los *cibervoluntarios*) y ensayaron acciones de comunicación viral muy efectivas. Asimismo, los medios de comunicación tradicionales, escritos o audiovisuales, experimentaron fórmulas de participación ciudadana basadas en el ciberespacio. Incluso se intentó, sin éxito, un debate digital entre los dos principales candidatos a la presidencia, Zapatero y Rajoy.

A esto se añade el que el apasionante duelo de las primarias demócratas norteamericanas ha impactado con fuerza en la política española, que se interroga sobre el capital de energía política y organizativa que suponen los *ciberactivistas* y la posibilidad de enrolos como *cibermilitantes*. Hay un gran consenso en que buena parte del éxito de Barack Obama ha radicado en el uso inteligente de las herramientas de la *cultura 2.0*. Obama ha comprendido la capacidad política de las redes sociales digitales, empezando por su capacidad para movilizar seguidores o para captar donaciones. Él ve las nuevas tecnologías no como un medio más, sino como el reflejo organizativo de una nueva cultura política. Y a ello se debe buena parte de la conexión del senador con los jóvenes y los sectores más dinámicos, que sienten que el candidato conversa con ellos a través de sus propios medios y sus propios códigos.

El momento es apasionante y sería imperdonable no aprovecharlo como palanca de renovación de la política española. Es una gran oportunidad para que los partidos acometan en profundidad un cambio de estilo y de cultura organizativa que sea capaz de hacerlos evolucionar hacia estructuras más abiertas, flexibles e innovadoras, como ya lo han hecho gran parte de las empresas, universidades y otras organizaciones en el marco de la sociedad de la información y la comunicación.

El anuncio, por ejemplo, del *Plan de Modernización de las Agrupaciones* con el que el PSOE está estudiando una reforma de su organización interna, ha creado un marco adecuado, en el espacio socialista, para este debate sobre el modelo de militancia en el siglo XXI. Las Casas del Pueblo no ofrecen hoy para muchos ciudada-

de su entorno (especialmente en contextos urbanos). Mientras tanto, las causas y las ganas por comprometerse crecen en nuestra sociedad.

Otros partidos, como los catalanes PSC y CDC, también viven con intensidad la efervescencia de sus bases y se encuentran en pleno debate precongre-

que tanto hervor digital sea una moda, esté vacío de contenido político y sea prisionero de nuevos y elitistas dogmáticos que acaben ampliando la brecha digital. Pero los riesgos, algunos de ellos muy reales, no pueden ni deben paralizar los cambios necesarios y urgentes. La política formal puede llegar tarde y mal a lo emergente. Que no se extrañe entonces de ocupar el último lugar en la valoración social.

En este fuego cruzado, a algunos dirigentes tan sólo les tienta canalizar la energía de los activistas digitales para instrumentalizar su capacidad movilizadora, pero lateralizando su protagonismo y liderazgo. Creen que el espacio digital hay que colonizarlo, sin comprender que de lo que se trata es de influir y dejarse influir. Pretenden convertir lo digital en un nuevo espacio dogmático o de reclutamiento, pero así sólo se encontrarán con redes vacías de vitalidad. Otros identifican la *Política 2.0* con propuestas sobre las TIC o con expresar simpatía con los defensores del *software* libre. Pero aquellos y éstos se equivocarán (o se quedarán cortos) si simplifican o reducen la intensidad de estos cambios políticos a lo simplemente “tecnológico”.

La cultura digital es una ola de regeneración social (de ahí su fuerza política) que conecta con movimientos muy de fondo en nuestra sociedad: placer por el conocimiento compartido y por la creación colectiva de contenidos; alergia al adoctrinamiento ideológico; rechazo a la verticalidad organizativa; fórmulas más abiertas y puntuales para la colaboración; nuevos códigos relacionales y de socialización de intereses; reconocimiento a los liderazgos que crean valor; sensibilidad por los temas más cotidianos y personales; visión global de la realidad local y creatividad permanente como motor de la innovación. Sí, hay esperanza de nuevos liderazgos. Pero en la Red sólo se reconoce la autoridad, no la jerarquía. Mejor las causas que los dogmas.

Así que no estamos hablando simplemente de nuevos militantes (*cibermilitantes*) o de un nuevo campo de batalla política (la Red). Tampoco se trata tan sólo de nuevas herramientas (*blogs, wikis, twitter, redes, videopolítica...*). Ni tampoco se resuelve esta cuestión con una nueva “sectorial” (la de la sociedad del conocimiento y la información). No, no hablamos sólo de tecnología. Hablamos de la política del futuro. De comprenderla nuevamente, de pensarla en la *sociedad red*.

Si se quiere, puede empezarse por el nombre de la cosa. ¿Cibermilitantes? Ahora que estamos en pleno periodo de celebración de congresos, sería una gran contribución hacer una pequeña renovación semántica. ¿Por qué no abandonar definitivamente la palabra “militante” y reivindicar la de “socio” o “activista”? A pesar del valor emocional y político que tuvo en el pasado, la palabra “militante” tiene hoy resonancias comunicativas de disciplina férrea, excluyente y acrítica. Además, no aparece ni una sola vez en la Ley de Partidos, que utiliza siempre el término “afiliados”.

Ahora que están a tiempo, piénsenlo, por favor. Si quieren hacer *ciberpolítica*, no insistan en llamar *cibermilitantes* a los activistas. Empiecen por las palabras. No es un cambio menor. Y sigan luego con los otros. Ha llegado el momento.

Antoni Gutiérrez-Rubí es asesor de comunicación.



EULOGIA MERLE

Obama conversa con los sectores más dinámicos con sus propios medios y sus propios códigos

No hablamos de tecnología. Hablamos de la política del futuro, de repensarla

nos ningún atractivo, ni como espacio de socialización, diálogo o representación, ni como espacio de activismo político. Se han quedado casi sin pobladores y no reflejan la pluralidad sociológica y cultural

sual preguntándose cómo interpretar la pulsión de cambio y cómo acogerla sin defraudarla. Hay demanda de otra —y nueva— política. Hay urgencia de nuevas organizaciones.

Sin embargo, no todo el mundo participa de este *ciberentusiasmo* en el debate precongresual del PSOE. La enmienda 445 (impulsada por algunos socialistas valencianos) y la *Facebook* (animada por muchos activistas y recogida por varias federaciones) han recibido apoyos pero también fuertes rechazos. Hay miedo a que lo digital desborde y contamine. Algunos dirigentes, incluso jóvenes dirigentes, creen que *los culos de hierro* y *los brazos de madera* (en alusión al control orgánico de las asambleas de discursos interminables y votaciones unánimes) son más democráticos, “porque la gente está presente y da la cara”. Y existe el recelo mal disimulado de