

## El cambio móvil: la nueva política

Antoni Gutiérrez-Rubi\*



16.02.2012

2011 ha sido el año de los jóvenes en las calles y en las redes. Así lo reconoce, casi sorprendentemente, la revista Time que ha escogido a una embozada joven manifestante como personaje del año. Las nuevas formas de organizar, comunicar y crear contenido político de crítica y contestación social están cambiando la manera de hacer acción política en todo el mundo. Se puede presionar desde fuera de los partidos y participar en la vida pública sin tener que ser un militante de base. Y las redes sociales han tenido mucho que ver en los movimientos que han ido surgiendo. La comunicación se ha transformado de una manera global. Las interacciones, las ideas, los mensajes instantáneos y gratuitos están modificando las estructuras de la comunicación y el modo como compartimos la información, ahora de forma horizontal. El valor ya no estriba en quién es más grande o tiene más poder, sino en quién es más rápido y tiene más talento reconocido por sus iguales.

Los movimientos ciudadanos continuarán aunque no continúen –o no se consoliden– las personas y las organizaciones que han cohesionado de manera viscosa su naturaleza. Los manifestantes representan un estado de ánimo. También unas convicciones y unas propuestas diversas, plurales, incluso contradictorias. Su victoria es la energía social que se ha liberado entre la ciudadanía que ha descubierto que puede, quiere y sabe hacer [política sin partidos](#) (y sin sindicatos).

Todo ello se ha producido en un contexto de cambio de escala, de cambio de potencia. Podemos hablarle al mundo. La distancia entre pensar, decir y hacer ha sido solo de un clic en las redes. Pensar que no estoy de acuerdo, decirlo, hacerlo. Pasamos de un mensaje SMS, de un mensaje bidireccional privado -casi enclaustrado- a un mensaje abierto y global. Este es el cambio.

Existe una nueva cultura de la comunicación que permite organizarse mejor y de modo diferente a como lo habíamos hecho durante los últimos dos siglos. Gana el talento colectivo y la creación de nuevos contenidos, que son enviados y reenviados de forma viral. Los mejores triunfan. El auge de los teléfonos móviles permite que cualquiera pueda adquirir ese poder desde la palma de su mano, en cualquier sitio y en cualquier momento. Somos receptores y emisores a la vez y los móviles (y lo que hacemos con ellos) son parte fundamental de nuestra identidad. Dejan de ser sólo teléfonos para convertirse en el instrumento más versátil, global y potente que nunca hemos disfrutado. Cada vez más pequeños, cómodos y completos, estos nuevos dispositivos se adaptan bien a nuestra vida en movimiento.

Frente a todo ello, la política ofrece un [panorama bastante fijo y estático](#) que podría explicar, en parte, la falta de conexión vital con la ciudadanía. La gente se ha ido a vivir a las redes sociales, mientras que la política sigue encerrada en sus sedes sociales, corriendo el riesgo de alejarse todavía más de la cotidianidad de las personas (en su dimensión individual, cívica o profesional) si no adapta sus

maneras de comunicarse, organizarse y compartir la información a través de los nuevos dispositivos. Estamos hablando de la inaplazable transformación de las estructuras de partido a entornos digitales pensados para las aplicaciones personales y móviles: web móvil, aplicaciones para iPhone, entornos gráficos, contenidos semánticos, visualización, geolocalización, [realidad aumentada](#), etc. Conceptos que la política asimila lentamente, mientras la vida se mueve a una velocidad de vértigo. Si la política quiere conectar con los jóvenes, deberá ser también móvil. Debe adaptarse a esta realidad imparable e iniciar una acelerada inmigración digital hacia entornos vitales nuevos. Debemos encontrarla en nuestro móvil, de la misma manera que encontramos nuestro banco, a nuestros amigos o nuestro trabajo. O se comprende que la tecnología móvil puede organizarnos mejor, en la sociedad del conocimiento, para la acción política, o todo lo que se haga serán imitaciones tardías, sin autenticidad y sin sentido.

Las exitosas experiencias de las recientes campañas norteamericanas y británicas están siendo estudiadas a fondo. Las elecciones son siempre una oportunidad para explorar y dar nuevos pasos, pero no se trata de experimentar con criterios fundamentalmente mediáticos para competir en una suerte de concurso de hits digitales, sino de comprender que la vida móvil es uno de los retos culturales más importantes a los que la política democrática debe responder si quiere ser útil y práctica para la cotidianidad. Tener la primera aplicación o servicio en la carrera competitiva por ver quién es más moderno y digital está bien, muy bien. La competición estimula. Pero comprender la naturaleza y la profunda transformación en el modelo de relación que supone la vida móvil, es lo importante.

México entra en período electoral. La política formal, la que concurre a las elecciones debe comprender que hay más política fuera, por debajo, dentro y al lado de los procesos institucionalizados. La manera en que se produzca el encuentro entre representantes y representados en el mundo digital marcará la suerte de los primeros. Si gana el respeto, la escucha activa, la humildad, o la participación sincera, ganará la política en mayúscula. La nueva política. La que esperan y anhelan los ciudadanos.

**\* Asesor de comunicación y consultor político**  
**@antonigr / [www.gutierrez-rubi.es](http://www.gutierrez-rubi.es)**

<http://bit.ly/xCwxtF>