



Redes sociales y norte de África: los cimientos de la política del conocimiento

Ana Ortiz

Análisis n° 8442

7 de febrero de 2011

1. Una nueva política del conocimiento

Los acontecimientos que se están desarrollando en los países del norte de África no solo pasarán a la historia por sus reivindicaciones políticas. Más allá de lo que importe al historiador del futuro las revueltas callejeras, ni la demanda de libertad y democracia que reclaman, el punto de inflexión radica en que **la Revolución de los Jazmines de Túnez no sería la misma ni tendría en vilo a la opinión pública mundial si no fuera por las redes sociales.** Estas sociedades vetustas están siendo pioneras en la manera de utilizar los nuevos medios de comunicación... y en la creación de una nueva manera de hacer política.

Las redes sociales ya no son cosa de *frikies*. Se han ganado su sitio porque son útiles, porque son un alta-

voz horizontal de ida y vuelta accesible para todo el que tenga algo que decir, y otorga protagonismo a cualquier acontecimiento que se venda con suficiente creatividad como para acaparar la atención del mundo con tan solo 140 caracteres. Un dato elocuente de la importancia de la red es que **a finales de 2010 había casi 2.000 millones de usuarios de Internet en todo el mundo, un 14% más que en 2009.**

La revolución política e internauta de los jazmines tuvo su precedente en Irán y en Moldavia, y probablemente acabe contagiando a los ciudadanos de otras latitudes como Siria o China, que ya se ha apresurado a censurar la palabra "Egipto" en Internet. Puede que la red sea el camino de la liberación de Cuba. "Los regímenes autoritarios harían bien en temer a Twitter", advertía ya en 2009 Evgeny Modorov, inves-

tigador del Instituto Open Society (OSI) en su [blog](#) de la revista Foreign Policy.

El mundo es físicamente virtual y tecnológicamente convergente. Internet ha sustituido los panfletos y la clandestinidad por el mensaje corto, la imagen y el video clip caseero, con la seguridad del anonimato y con la enorme dificultad para controlar la red. Ese mundo virtual ha forjado la aldea común que un día facilitó la globalización económica, la globalización del conocimiento después y la de las personas que estamos viviendo ya. Pero vamos más allá, Internet está facilitando la cuarta de las globalizaciones: la de la **política del conocimiento**.

Los cimientos de la manera de hacer política se tambalean. Los partidos políticos, los agentes sociales, los sindicatos y todos aquellos que dicen hablar y pensar por nosotros deberán replantearse su papel, su estructura y su proyección futura en esta **sociedad clic y móvil si realmente quieren hacerse la ilusión de que nos representan. Porque al igual que Internet ha facilitado la aparición de nuevos informadores, también está dando paso a un nuevo concepto de líder político, un nuevo concepto de agente social y un nuevo concepto de activista.**

No nos engañemos. Internet es mucho más que una gran red donde la gente comparte cosas. Es el embrión de una sociedad que está haciendo tambalear las estructuras de poder tal y como las conocemos hoy. Estamos inmersos ya en la Gran Telaña.

2. Negro sobre blanco

Para tomar conciencia real del porqué del desarrollo de esta nueva política del conocimiento es preciso conocer bien el entramado propio de Internet. **La red no es un medio más para colgar mensajes. Internet permite crear tu propia identidad sin pasar por incómodos e interesados filtros.** Hay multitud de ejemplos de artistas que cuelgan sus canciones y video clips como camino para darse a conocer sin tener que pasar por las compañías discográficas, algo impensable hace muy poco tiempo.

Internet aporta más credibilidad que la televisión, por ejemplo, porque la gente se acerca a la red para **informarse, preguntar, compartir y volver a consultar hasta que se da por satisfecha con el dossier propio e individualizado de información que va generando sobre el asunto que le interesa.** Desde una receta de cocina hasta la creación del último artilugio armamentístico.

Facilita la confianza porque sus reglas de juego están en la comunicación horizontal: la información procede de alguien que ya ha estado ahí, lo conoce o lo ha experimentado. Una versión más sofisticada de aquel slogan publicitario "me lo ha dicho mi vecina". Ahora tu vecina puede estar en las antípodas. **En Internet todos somos activistas, todos somos enciclopedias, todos somos vecinos y todos tenemos algo que aportar** porque seguro que encuentra a otro "alguien" que le interesa.

Este es el primer paso para desmontar los cimientos de la manera de

hacer política en la actualidad, algo que se intensifica todavía más si hablamos de regímenes autoritarios. Internet está demostrando que los ciudadanos ya no somos sujetos pasivos que escuchamos, aplaudimos y votamos. El crecimiento de usuarios de la red y la utilización que se está haciendo de la misma- como en el caso de los países del norte de África- está dejando bien a las claras **que a los ciudadanos nos importa la política y queremos participar en ella, queremos ser protagonistas en la construcción de la sociedad en la que vivimos, en nuestra sociedad, y no la que nos venden desde un mitin o un telediario.**

Ahí están las encuestas. Mientras en la mayor parte del mundo los políticos pierden confianza entre los electores y que crece la abstención en las urnas, Internet facilita las herramientas para que un puñado de activistas tenga el respaldo suficiente para derrocar un gobierno con un *click*...y sin intermediarios. No hay más que echar un vistazo a las etiquetas que se crearon en Twitter durante el pasado 25 de enero, día en que comenzaron las protestas: [#Egypt](#) y [#Jan25](#), las dos etiquetas más utilizadas durante días. Ahí están los grupos que han movیلizado buena parte de la opinión pública mundial. El grupo de Facebook [We Are All Khaled Said](#), que lleva el nombre de un joven que ha participado en las revueltas, consiguió ser el punto de encuentro de movیلizaciones y foco de información instantánea de lo que sucede en los diferentes puntos de las protestas por todo Egipto. **Ha conseguido ser el centro neurálgico de mucha información de la que nutre la prensa internacional.** Los ciudadanos so-

mos también potenciales agencias de noticias.

Algo parecido pasó en Colombia hace no mucho tiempo. La red se popularizó masivamente al convocar una marcha a través de Facebook, denominada "[Un millón de voces contra las FARC](#)" a la que se sumaron en pocas horas cuatro millones de colombianos y varios millones a nivel mundial. En pocas horas, un puñado de gente consiguió colocar un conflicto harto conocido entre las prioridades políticas del mundo como algo novedoso. Y no olvidemos el asunto del Sahara.

Más ejemplos. Túnez y la campaña desarrollada por ciberactivistas locales en julio de 2010. Colgaron en sus blogs una imagen trucada del creador de Facebook, Mark Zuckerberg, sosteniendo un cartel que decía: "Sayeb Sala7, ya Aammar" con el fin de desatar un movimiento a favor de la libertad de expresión. Meses después, cuando el gobierno ya había caído, manifestantes reclamaron la detención de Ben Alí frente a la embajada de Arabia Saudita en Túnez. El símbolo que eligieron para poner en sus pancartas fue la **cara del fundador de Facebook.**

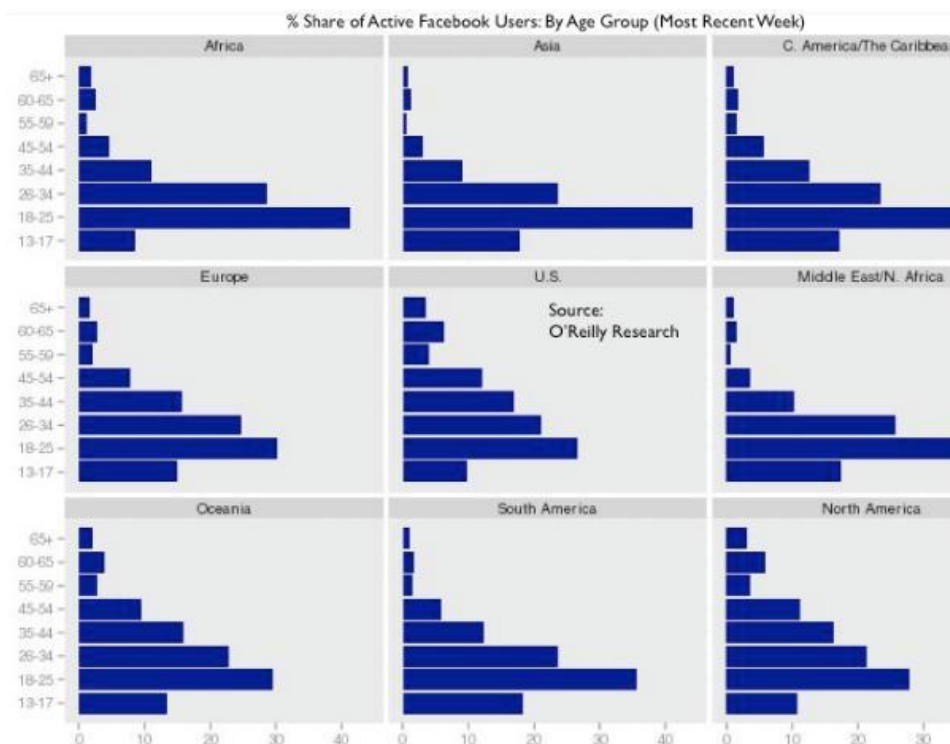
Este ejemplo nos lleva a conocer un poco más la trascendencia de Internet en la construcción de la *política del conocimiento*: toda campaña que se precie de ser buena debe tener su reflejo en el mundo real y viceversa. La política y la comunicación de ahora se desarrollan *on-line* y *off-line* simultáneamente. Los políticos deben tener presente ambos escena-

rios si quieren empezar a soñar con el éxito.

Otro dato que debemos apreciar para comprender mejor la fuerza de Internet es que cuenta con unas grandes aliadas: **las nuevas tecnologías convergentes en multitud de aparatos electrónicos. Además, tienen la virtud de adaptarse como un guante a la necesidad número de uno de todos nosotros: el bolsillo.** El primer paso fueron los SMS (*Short Message Service*) cuyo singular desarrollo no estaba previsto por los creadores de esta aplicación, introducida en los móviles como un elemento residual, pero que la necesidad del bolsillo adolescente favoreció su exponencial crecimiento. Y todo, porque la diferencia de precios entre telefonía fija y móvil a mediados de los años 90 del siglo pasado era bastante respetable.

Convergencia, facilidad, accesibilidad, libertad y economicidad ¿Alguien da más por menos? Sigamos sumando ingredientes a este virtual pastel.

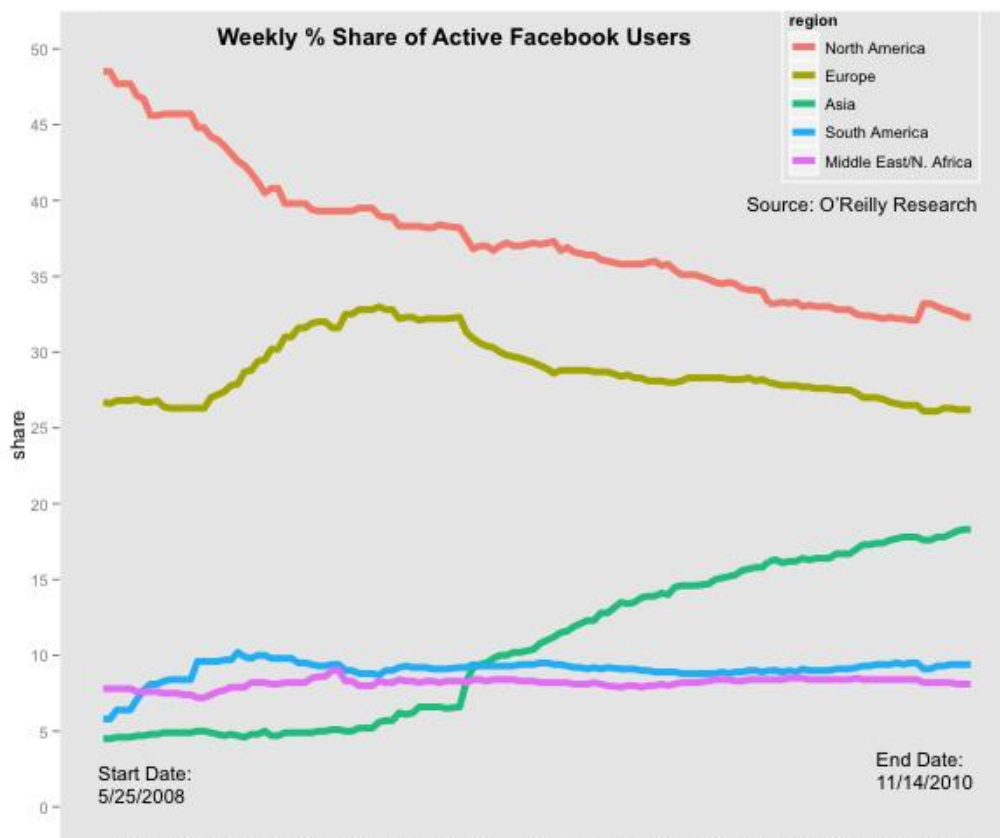
En contra de lo que muchos piensan todavía, Internet y las redes sociales no son solo cosa de jóvenes. La red se amolda a las necesidades sociales. Ahí radica otro factor del éxito de su crecimiento y evolución. Si bien el grupo de mayor utilización de Facebook en todo el mundo es el comprendido entre los 18 y los 25 años, es cierto que los usuarios mayores de 55 son los que más crecen en el uso de Internet en el mundo occidental. El 14% en Estados Unidos, frente al 2% en Asia, el 3% en el Norte de África, el 6% en Oriente Medio y el 4% en Sudamérica.



Fuente: Ben Lorica para O'Really Radar con datos de noviembre de 2010

Mientras que el uso de facebook se está consolidando en el mundo occidental, **en Asia y África está en pleno crecimiento**. Según se observa en el cuadro adjunto, hace dos años que Norteamérica y Europa pasaron por el proceso ascendente que vive ahora el resto de continentes. Asia está en plena carrera alcista, en plena consonancia con su despegue y potencial económico.

Estos datos cobran mayor relevancia si tenemos en cuenta que **Facebook ya ha sobrepasado los 600 millones de usuarios a finales de 2010, de los que 250 millones eran nuevos usuarios respecto de 2009; en 2010, ya se habían registrado 25.000 millones de número de tweets en Twitter y 100 millones de personas más se sumaron al carro esta red de microblogging respecto de 2009.**



Fuente: O' Really reseach.

No podemos olvidarnos de otros dos medios sociales por excelencia: Youtube y Flickr. El primero registra una media de 2.000 millones de videos al día, unas 35 horas de película por minuto. En el caso de la red dedicada a compartir fotografías

(Flickr), registró cinco millones de material en septiembre de 2010, con una media de 3.000 fotos al minuto.

La guinda de este pastel es la principal característica del ser humano, la que le diferencia del resto de los

seres vivos, que ha propiciado el avance de la humanidad, que le distingue de las máquinas y de la producción en serie, le individualiza frente al colectivo, y el que por ende, ha facilitado el fracaso de los regímenes comunistas porque se han cimentado en la destrucción de todo lo anteriormente descrito: la creatividad.

Al igual que la imaginación es la base de cualquier emprendimiento económico, cultural, tecnológico, militar, etc., la creatividad es una de las causantes de que Internet siga creciendo, puesto que pone al servicio del usuario un universo de posibilidades para protagonizar cualquier situación en la que haya aplicado el ingenio. Tengamos en cuenta que Internet está siempre renovándose, y que lo de ayer es ya viejo frente a las posibilidades de hoy porque siempre hay alguien más ingenioso, más creativo que lo hace posible.

Sirva como ejemplo reciente el vídeo que ha recorrido el mundo durante las Navidades 2010, [The Digital Story of Nativity](#) (1) en el que se cuenta la Historia más conocida y antigua del mundo con enorme originalidad.

3. Renovarse o morir

Más allá del discurso apasionado que puedan suscitar los acontecimientos que se suceden en los países del norte de África, se ha puesto de relieve la enorme influencia que ejerce Internet en sus múltiples formatos en nuestro mundo, tal y como lo conocemos hoy.

Lo que se popularizó como un entretenimiento está consiguiendo cambiar las reglas del juego informativo, social y político, contribuyendo a la formación, crecimiento y evolución de lo que McLuhan denominó *aldea global* a finales de los años 60 para definir la interconexión futura de los seres humanos. Un sueño para muchos hace tiempo, pero real como la vida misma a todos los efectos del presente.

Tres son las globalizaciones que se suceden gracias al crecimiento de Internet: primero la económica, después la del conocimiento. Una tercera, la de las personas que repercute directamente en los flujos migratorios y la idiosincrasia de los mismos, completamente diferente a la de hace algunas décadas.

Sumemos ya una cuarta etapa: la globalización de la política propia de la era del conocimiento que nos permite acuñar ya un nuevo perfil de políticas y políticos (y sus derivaciones en agentes sociales, activistas y demás actores).

En una sociedad cada vez más informada hasta donde quiere ser informada y libre para participar activamente en la formación de la sociedad que viene, demanda estructuras y actitudes nuevas a los que tienen el poder para manejar el mundo.

Política on y off line, horizontal de ida y vuelta. Un bonito reto para el éxito.

Clic.

Ana Ortiz es Licenciada en Ciencias de la Información, Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Master en Radiodifusión por RNE y perito grafólogo por la Facultad de Medicina Legal de la Universidad Complutense de Madrid. Asesora política, experta en relaciones institucionales para Iberoamérica, en protocolo empresarial y liderazgo. Asesora en campañas electorales sobre comunicación en Internet y redes sociales. En el Grupo, es Analista en Inmigración y Seguridad interior y Analista de Medios de Comunicación. Ha participado en debates y entrevistas en Libertad Digital TV, Telemadrid, Radio Intereconomía, Intereconomía TV, Veo7 y Periodista Digital en temas y cuestiones de inmigración, y de política en general.

Notas

Hashtag: palabras o frases prefijadas con un símbolo de hash (#) con múltiples palabras concatenadas.

1.- The Digital Sotory of Nativity <http://www.youtube.com/watch?v=vZrf0PbAGSk>