

Congreso de Sociólogos de la Provincia de Buenos Aires, 1 al 3 de julio de 2009.

- Título del trabajo: Flashmobs: la telefonía celular y la desinstitucionalización del poder
- Mesa temática: MT35: Nuevos medios, nuevas subjetividades. Redes sociales virtuales y lazo social.
- Nombre y apellido del/los autor/es: María Victoria Martin
- Pertenencia institucional: Docente- investigador FPyCS (UNLP) y UNQ
- Dirección de correo electrónico: mvmartin@perio.unlp.edu.ar

Abstract

“Personales, portátiles y pedestres”, así son los nuevos dispositivos de telefonía celular. Los mismos representan el paso desde una sociedad en red en la que predominaban los medios masivos de comunicación y sus formatos hacia otra caracterizada por la existencia de tecnologías más personalizadas. En este sentido, reconfiguran el *sensorium* acerca del tiempo y el espacio, genera nuevos modos de apropiación de los espacios comunes y del poder y, por ende, redefinen el orden institucional y público.

Más allá de datos estructurales de la Comisión Nacional de Comunicaciones que nos indican que para nuestro país existía en abril de este año una teledensidad de 122 aparatos de telefonía celular cada 100 habitantes, nos proponemos conocer y tratar de entender las transformaciones que los mismos acarrearán en la organización de las relaciones sociales. En especial, nos referiremos a los “flashmob” o “smartmobs”, procesos de movilización social y política que se organizan a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación y por fuera de los medios tradicionales.

Las interacciones comunicativas móviles

Como ocurrió con la televisión en la década de 1950 y con Internet en los '90, el crecimiento del número de usuarios y de sus posibilidades multimediales, ubican a la telefonía móvil como una de las tecnologías de la comunicación que define nuestro tiempo. De acuerdo a Mc. Luhan, las características de las tecnologías de la comunicación moldean el conocimiento y la organización social; en sus palabras, “el medio es el mensaje”. Al respecto, Manuel Castells señala que los cambios ocurridos a partir de la década de 1980 en los dispositivos de

información y comunicación transforman a la sociedad en descentralizada, flexible, y basada en redes de interés más que en el hecho de compartir un espacio geográfico. Parafraseando a Mc. Luhan, Castells señala “la red es el mensaje”. Sin embargo, mientras Mc. Luhan atribuye el cambio social al desarrollo y uso de las tecnologías, Castells sostiene que los avances en las mismas sólo alimentan cambios en los órdenes sociales a partir de condiciones preexistentes. Más allá de las diferencias respecto de este determinismo instrumental, ambos autores entienden a las tecnologías de la información y comunicación como el marco desde el cual es posible analizar la sociedad, porque son características del orden social imperante. En otras palabras, pensar en las interacciones comunicativas propiciadas por la telefonía móvil implica reflexionar sobre cualidades de origen socio- político- culturales vinculadas al cambio de época que son puestas en evidencia por este dispositivo, pero que no son configuradas por su mera existencia.

Al respecto, cabe indicar que si bien las cifras para nuestro país dan cuenta de la tendencia acelerada del crecimiento del uso de teléfonos celulares, se pasó desde 6.380.897 equipos en el año 2000 hasta 48.297.608 aparatos celulares en abril de 2009¹, lo importante es conocer y tratar de entender las transformaciones en las cotidianidades y las rutinas de las personas ya que los espacios de la vida cotidiana funcionan como mediación constitutiva y ubicación histórica, allí donde se dirime la lucha por la constitución de sentidos. En el caso de la era digital, con tecnologías que habilitan textos multimodales, el alcance de las comunicaciones se extiende a todos los dominios de la vida social en una conexión simultáneamente global y local, genérica y personalizada en patrones siempre cambiantes². Es desde las conceptualizaciones anteriores que debemos reflexionar sobre la articulación entre las tecnologías de la información y comunicación como dispositivos que, fundamentalmente, operan en la dimensión de la significación, percepción, representaciones, imaginarios sociales y relaciones de poder. En nuestro caso de análisis, creemos que estos desplazamientos funcionan, a su vez, reorganizando las instituciones sociales de la Modernidad, en especial, aquellas vinculadas al *sensorium* universal de tiempo y de espacio y al espacio público como algo común o compartido.

¹ Fuente: “Estadística de Servicios Públicos”, INDEC, Buenos Aires, 29 de Mayo de 2009. Además, se intercambiaron 4.947.100.000 mensajes de texto en el mismo mes, según datos oficiales de la CNC.

² Castells, Manuel. “Communication, Power and Counter-power in the Network Society”, *International Journal of Communication* 1, p.239. Esto se debe a tres factores claves: la disminución del poder estatal, la concentración y segmentación paralela que hacen las industrias culturales y los negocios mediáticos y la oposición a nivel mundial entre comunismo e individualismo.

Para abordar las influencias del fenómeno de la telefonía móvil, retomaremos a Anthony Giddens quien plantea tres elementos que explican el carácter dinámico de la vida Moderna. Estos son: la separación entre tiempo y espacio, el desenclave de las instituciones modernas y la reflexividad institucional generalizada³.

La separación entre tiempo y espacio

En cuanto a la separación entre tiempo y espacio, Giddens hace referencia a los marcadores espaciales que indican una particular conciencia de la localización y señala que en la premodernidad “el tiempo y el espacio se vinculaban mediante la situación de un lugar”, pero resalta que en la Modernidad se generó una dimensión de tiempo “vacía” que también apartó el espacio de la localización, al inventarse y difundirse el reloj mecánico, en tanto sistema normalizado para todo el planeta. De manera análoga funciona el mapamundi que, en tanto proyección uniforme, no privilegia ningún lugar. El hecho de desarmar configuraciones anteriores, posibilita su articulación a partir de las organizaciones y la organización moderna, hasta llegar a incluir sistemas universales.

Si bien el cambio en la percepción temporoespacial no es privativo de los teléfonos celulares, ya que desde hace un par de décadas Internet y otras tecnologías modificaron la experiencia de ambas dimensiones, reconfigurando la vida social; la comunicación móvil presenta una posibilidad distintiva: la personalización de los mismos en nuestra vida cotidiana. Se produce, de esta manera, un cambio de la interacción basada en ataduras físicas a lugares geográficos hacia la comunicación individualizada de persona a persona y en base a roles que se van configurando en el mismo intercambio, relegando a un segundo plano a aquellos preasignados en situaciones previas. Castells describe el proceso de reconstrucción de tiempo y espacio como el “tiempo eterno” (sin secuencias fijas o comprimido por las interacciones en red) y el “espacio de los flujos” (que adquieren un nuevo significado como lugares de convergencia comunicacional en los que la gente recrea distintos propósitos y flujos).

Uno de los primeros en cuestionar la instrumentalidad y linealidad de los efectos de la técnica en la primera mitad del siglo XX fue Walter Benjamin, quien conectó las innovaciones de la tecnicidad con las transformaciones de un *sensorium* de los modos de percepción y experiencia social. Resulta claro, en la dimensión cultural, que el diseño de nuevas prácticas comunicativas/culturales establecen nuevas relaciones, sobre todo, si uno las contrasta con las modificaciones del *sensorium* de las generaciones socializadas sin la utilización de esos

³ Giddens, Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, pp 21-50.

dispositivos. Podemos arriesgar que en los espacios institucionales (y, generalmente, administrados por adultos), los jóvenes se han vuelto artistas del disimulo frente a esta ruptura de (aparentar) relacionarse con quienes están en un espacio próximo; pero, en realidad, contactándose con otro que no está presente. Incluso, a veces, en una reunión o ámbito formal, se establecen relaciones a través de SMS entre personas que están juntas en ese mismo lugar, pero que mantienen un vínculo paralelo o superpuesto al de la presencialidad (lo que suele pasar desapercibido para la mayoría de los asistentes). Hay una visibilidad pública del uso del teléfono celular diferente entre los jóvenes y los adultos, lo que origina una distancia cualitativa en su apropiación.

Asimismo, la función de contacto es central en los SMS y se adecua perfectamente a la movilidad típica de estos tiempos, el sentido que adquiere en el imaginario, en especial juvenil, pasaría por brindar “la ilusión de no perderse nada, de estar al alcance del grupo de pares, siempre disponible”.

El tiempo lineal, progresivo e inevitable de la Modernidad, es puesto en jaque con la superposición de tiempos que permite el teléfono celular y los SMS. Para muchos, en la actualidad, la medida temporal de las acciones del mundo cotidiano se evalúa en términos de las posibilidades de instantaneidad e inmediatez de la telefonía celular. La eliminación del orden de secuenciación crea un tiempo eterno, indiferenciado, que condensa los acontecimientos en la instantaneidad y produce discontinuidades aleatorias dentro de la misma secuencia. Las expresiones culturales configuradas en esta tecnicidad se caracterizarían por ser multidimensionales, enlazadas, heterogéneas, instantáneas y fragmentadas. Podemos señalar que las medidas temporales, y en relación con los *sensoriums* contruidos, adoptan cada vez más la lógica del tiempo permanente e instantáneo de los mensajes de texto. Un joven no llamaría a una línea fija de una casa de otra familia en cualquier momento de la noche; pero el teléfono celular siempre permanece “pegado” a la persona, encendido; no se apaga nunca, aunque a veces opten por silenciarlo.

En la misma dirección, podemos indicar que la utilización de estos dispositivos contribuye a completar y llenar de sentido lo que antes era entendido como “tiempo muerto” mientras se caminaba, esperaba a ser atendido, viajaba en un medio de transporte público, durante los *breaks* del empleo o los recreos escolares (incluso, lo que tenía una actividad o propósito específico pero que era considerado poco importante por alguien, puede utilizarse para realizar estas otras tareas): es posible adelantar trabajo, conversar con otros, saludar a quienes uno no ve desde hace tiempo, ponerse al día con noticias o, simplemente, jugar. La

confluencia de estas dos características, la ruptura de la noción de límite espacial y la capacidad de su utilización *full time*, otorgan un cambio cualitativo respecto de otras tecnologías.

La telefonía móvil, nos ofrecería la posibilidad de contar con un tiempo ilimitado, explotable y aprovechable al máximo al romper los límites entre el tiempo de ocio y de trabajo establecidos por el reloj desde la Modernidad, perturbando la noción de secuencia y progreso lineal que se consolidaban. La politicidad del tiempo, en cuanto a los reordenamientos que configura, también guarda estrecha relación con los elementos para medirlo; al respecto, los jóvenes utilizan ese dispositivo en lugar del reloj pulsera o despertador.

En definitiva, si Giddens señala que una dimensión de tiempo “vacía” resulta central para su unificación en la Modernidad, entendemos que este principio está siendo socavado por este nuevo fenómeno de la telefonía móvil.

Desenclave institucional

El segundo eje planteado por Giddens hace referencia al desenclave de las instituciones modernas, es decir a “la extracción de las relaciones sociales de sus circunstancias locales y su rearticulación en regiones espaciotemporales indefinidas”⁴, disociándolas de las peculiaridades de lo local. En el mismo sentido, Castells entiende que las sociedades evolucionan y cambian en la construcción y reconstrucción de sus instituciones, presionadas por nuevas relaciones de poder y que, la conjunción de la globalización con la aparición de las identidades locales o comunales han minado la capacidad de los estados nacionales como unidad para definir el espacio público⁵.

En tanto los sistemas simbólicos y tecnológicos configuran códigos culturales singulares, la mediación narrativa que instala el teléfono celular, constituye la medida y marca de la relación entre la cultura y el sentido de pertenencia/ exclusión. Conocer esos modos y sentidos que se establecen a partir de la utilización de los teléfonos móviles, la capacidad de enviar y recibir SMS e imágenes y videos, la posibilidad de difundirlos por las industrias culturales convergentes (blogs, fotologs, páginas web, Facebook, Twitter, YouTube, entre otros) es comprender cómo se crean y recrean las relaciones culturales. Con la telefonía móvil, el conflicto social se reactualiza al establecer una distinción simbólica de acceso, de

⁴ Giddens, Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, p. 34.

⁵ Castells, Manuel. “Communication, Power and Counter-power in the Network Society”, *International Journal of Communication* 1, p 258.

uso y apropiación entre aquéllos que conocen estos códigos y los que los desconocen; con la utilización de códigos lingüísticos y paralingüísticos propios; la diferenciación de las esferas sociales de su uso, e incluso los modos en que los aparatos señalan la recepción de los mismos con la variedad de sonidos y temas musicales (con los cuales uno muchas veces no sabe de qué se trata y hace que algunos sujetos entiendan esta clave de significación y que otros queden al margen de la misma), entre otros.

Las transformaciones del espacio público

Recordemos que las transformaciones en las formas de representación desde la aparición de los medios de comunicación, han modificado la naturaleza de la esfera pública y, por ende, las nociones de público y privado, desde fines de la Edad Media hasta nuestros días.

Si una primera distinción entre lo público y lo privado se origina en tanto su “disponibilidad de llegar abiertamente a todos”, otra distinción de la dicotomía tiene que ver con la relación entre “el dominio del poder político institucionalizado, que fue *in crescendo* en manos de un Estado soberano y, por otra, los dominios de la actividad económica y las relaciones personales que quedaban fuera del control político directo”⁶. En consecuencia, surge la idea de asociar a lo público con las actividades del Estado, relegándose lo “privado” a aquello que quedaba excluido de él. A fines de la Edad Media y principios de la Moderna, la distinción entre lo público y lo privado empezó a adquirir nuevos significados⁷, paralelamente a las transformaciones institucionales que se desarrollaban en ese momento. En los últimos años, y en las sociedades occidentales, el dominio privado incluye “la propiedad privada de las organizaciones económicas que operan en el mercado económico y que están orientadas a la obtención de beneficios; así como un conjunto de relaciones personales y familiares”. El dominio público, en tanto, se refiere a “un conjunto de instituciones estatales o casi estatales, desde los cuerpos legislativo y judicial hasta la policía, el ejército y los servicios secretos, desde el servicio civil a una variedad de organizaciones de beneficencia; también incluye las organizaciones económicas propiedad del Estado, como las industrias nacionalizadas y las empresas de servicios propiedad del Estado”. En las últimas décadas, entre ambos dominios,

⁶ Thompson, John. *Los media y la Modernidad. Una Teoría Social de los Medios de comunicación*, p. 163.

⁷ A partir de los siglos XVIII y XIX, aparece en los textos de juristas y políticos la distinción entre sociedad civil (individuos privados, organizaciones y clases reguladas por la ley civil) y Estado. Asimismo, está la posición que resalta que el surgimiento de las organizaciones económicas capitalistas tuvo lugar dentro de estructuras estatales y que las actividades del Estado, a su vez, fueron influidas y delimitadas por el desarrollo de estas economías (por ejemplo, la capacidad de aumentar sus ingresos a través de los impuestos).

han surgido y prosperado varias organizaciones intermedias, que no son ni propiedad del Estado ni son del todo privadas (como caridad, partidos políticos y grupos de presión que tratan de articular puntos de vista específicos, empresa de propiedad cooperativa, etc.)

Hoy, muchos de los asuntos políticos locales revisten interés global. Y esto se relaciona con las transformaciones de lo público a raíz de su visibilidad (facilitada por los medios masivos de comunicación). Es Touraine quien postula que el “retorno de lo privado y, en su seno, del sujeto, puede desarticular la vida social”⁸. Por lo tanto, no sería tanto el paso de la noción de Estado a la de mercado, ambos principios unificadores, sino la idea del individualismo exacerbado lo que está reconfigurando esos límites. Esta estrategia de privatización masiva, en primer lugar, ha ido socavando el orden institucional Moderno, reestructurando la relación entre lo público y lo privado. El ciudadano se retrotrae de lo público y la política se vuelve más *light*: el compromiso colectivo, las ideas y el proyecto universal modernos se disuelven en acciones individuales y puntuales.

En el mismo sentido, la evolución de los media en la Modernidad, también resulta un factor decisivo en otra arista de la dicotomía público/privado en la que público significa “abierto”, “disponible al público”. Se adjectiva como público aquello que resulta visible u observable, lo que se expone a muchos, lo que debe ser informado. En oposición, lo privado, es lo que queda oculto a la mirada, lo dicho o realizado en privacidad o en secreto dentro de un grupo de personas. Históricamente, existe una compleja y cambiante relación entre las formas de gobierno y la visibilidad o invisibilidad del poder, que va de la mano, a partir de la Modernidad, del auge de los medios de comunicación, empezando por la imprenta. Paulatinamente, el poder –y las cuestiones a él referidas- se hizo más visible⁹ y, casi automáticamente, más susceptible de control (en especial, sobre quienes tienen menos poder). Con el avance y surgimiento de nuevos medios de comunicación, a partir del siglo XV, aparecen formas de propiedad pública nuevas, completamente diferentes a la co-presencia. El

⁸ Touraine: *Crítica de la Modernidad*, pp.227/339.

⁹ En las ciudades- Estado de la Grecia clásica, la asamblea constituía un tipo particular de esfera pública en la que la visibilidad del poder se basaba en la capacidad para debatir en un mismo espacio y tomar decisiones colectivas. Del mismo, sólo podían participar los atenienses varones mayores de 20 años.

En los Estados monárquicos europeos de la Edad Media y principios de la Modernidad, las cuestiones estatales eran resueltas en los círculos cerrados de la corte, resultando invisibles para la mayoría de la población. La aparición de los reyes ante los súbditos sólo obedecía a su necesidad de afirmar su poder público. La imprenta permitió ampliar la comunicación no sólo a quienes pretendían celebrar la imagen del rey, sino también a sus detractores. Con el desarrollo de los Estados nacionales modernos, la invisibilidad del poder quedó limitada en varios aspectos. El gabinete secreto fue reemplazado por un conjunto de instituciones más abierta y con mayor representatividad; el debate parlamentario.

desarrollo de los media, por lo tanto, ha dado lugar a la aparición de nuevas formas de “propiedad pública mediática” que han asumido un papel cada vez más importante en el mundo moderno. Estas nuevas formas no han desplazado enteramente el papel de la “propiedad pública tradicional de la co-presencia”, que, aunque desplazada, se ejerce en los mítines, las demostraciones masivas, los debates parlamentarios, etc.

En definitiva, la trama en la cual se instalaban y configuraban los sujetos en tanto un orden perteneciente a lo público (que aunaba y nucleaba consensos) y uno a lo privado (referido a la esfera de la vida individual), se ve modificada por el advenimiento de estas otras lógicas de relación que se superponen a tal distinción. Los límites espaciales del hogar y de las demás instituciones, se ven permeados y atravesados de manera discrecional por las comunicaciones vehiculizadas por estos dispositivos que no necesitan anclaje territorial. Si bien aparecerían en principio como potenciadoras de relaciones en redes más flexibles en todo sentido (espacio, tiempo, instituciones y roles), esto va a diferir de acuerdo al contexto social general.

Georg Simmel caracterizaba a las sociedades modernas como aquellas integradas por individuos que combinan una multitud de roles diferentes, y cuya individualización crecía en la medida que cada persona configuraba su propio establecimiento de rol y con una trayectoria cambiante en el tiempo. Al brindar la posibilidad de cambiar de roles y hacerlos flexibles sin moverse de un lugar, los teléfonos celulares armonizan distintas obligaciones, ya que aquellos roles diacrónicos, hoy pueden ejercerse de manera sincrónica. Es claro el ejemplo de las mujeres que antes debían dedicarse a la atención de sus hijos o a tareas fuera de la casa de modos excluyentes, cuando ahora pueden estar en contacto permanente con el hogar sin dejar de realizarse por fuera del seno familiar. Asimismo, es posible conjugar roles difusos en cuanto a su alcance y extensión porque permiten contactarse con individuos que están en movimiento o inmersos en otras actividades privadas o públicas.

Tengamos en cuenta que los mensajes de texto e imágenes, a diferencia de las comunicaciones de voz, pueden pasar desapercibidos, por lo que muchos los consideran ideales para su utilización en espacios públicos compartidos. Es interesante ver cómo este “pasar desapercibido” parecería considerarse menos perturbador de la privacidad de otros que se encuentren próximos, en especial, en medios de transporte, restaurantes, cybercafés, clases o bibliotecas (que, en esas situaciones, se convierten en audiencias improvisadas que las reaccionan de formas variadas: incomodidad, irritación, curiosidad o, incluso, para algunos llega a convertirse en un juego para reconstruir el resto de la conversación que uno no escucha). Por el contrario, el hecho de atender el teléfono, aún frente a la presencia de Otro

real, nos daría cuenta de que ellos no son “tan importantes” como quien está del otro lado del aparatito, con quien se comparte la conversación o a quien se dirige de manera exclusiva, excluyendo al co-presente, exacerbando la idea de presencia ausente; refiriéndose al hecho de estar físicamente presente pero mentalmente disociado o en otra parte (y su revés, la ausencia presente). Si bien es cierto que los diarios, la radio, la televisión y otras formas de medios tradicionales también contribuyen a esta presencia ausente; se trata de medios unidireccionales; mientras que los teléfonos celulares, al ser bidireccionales o dialógicos, intensifican esta circunstancia. A la par, contribuyen a la configuración de comunidades de pertenencia y el estar conectados, aunque más no sea inalámbricamente, con aquellos a quienes elijan. No son pocos los planteos sobre la relación entre evadirse del control adulto (es común que los jóvenes señalen, frente a la falta de respuesta requerida por sus padres que “se agotó la batería” o “no había señal”) y el consecuente aumento de la “privacidad”, a partir de la instalación de una “cultura de la habitación” con la cual bloquean la información y socavan su poder.

Sin embargo, este *salirse de las instituciones* está menos vinculado a “la tecnología, sino el desarrollo de las redes de sociabilidad basadas en la elección y la afinidad, rompiendo las barreras organizativas y de espacio en las relaciones. El resultado social de estas redes es doble. Por un lado, desde el punto de vista de cada individuo, su mundo social se forma alrededor de sus redes, y se desarrolla con la composición de la red. Por otro lado, desde el punto de vista de la red, su configuración opera como punto de referencia de cada uno de los que participan en la misma”¹⁰.

Los flashmobs

A estas nuevas posibilidades para procesos relativamente autónomos de movilización social y política, que no responden a las lógicas de la política tradicional y que no dependen de su jerarquización por parte de los medios masivos de comunicación, se los denomina “flashmob” o “smartmobs” en referencia a convocatorias de un gran grupo de personas que se reúne de repente en un lugar público. Si bien en un primer momento fueron de tipo lúdico, rápidamente se sumaron otras acciones destinadas al activismo social. La traducción literal de Flashmob es “multitud instantánea” (*flash*: destello, ráfaga, y *mob*: multitud). Suelen convocarse y coordinarse por fuera de los tradicionales medios masivos, a través de los medios telemáticos (Internet, web, foros, comunidades virtuales, e-mail, blog, chat, mensajes

¹⁰ Castells, Manuel y otros. *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*, p. 229.

de texto) y redes sociales, los que hacen lo mismo hasta construir rápidamente una gran cadena de comunicación, que es capaz de movilizar a miles de personas. Según la revista tecnológica Wired, las movilizaciones instantáneas son un experimento de organización de grupos, basado en el correo electrónico, donde los participantes se congregan en lugares públicos, interactúan con otros de acuerdo con unas instrucciones previas y se dispersan tan inesperadamente como se reunieron.

Algunos señalan como los orígenes de este fenómeno al libro *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social (Smartmobs)*, del sociólogo Howard Rheingold, publicado en su versión original en inglés en 2002. El mismo, vislumbraba que la gente usaría las nuevas tecnologías para autoorganizarse y ampliar sus capacidades de cooperación, tanto de modo beneficioso o destructivo, y que estas podrían ser usadas tanto para sostener procesos democráticos como para coordinar acciones terroristas. En este sentido, postulaba que la convergencia de tecnologías acarrea repercusiones de carácter social, porque la gente utiliza estas herramientas para relacionarse bajo nuevos formatos de interacción. Estas nuevas formas apropiación tecnológica favorecen el intercambio de conocimiento colectivo y la construcción de un “*capital social*”, que se genera cuando se comparten las redes sociales, la confianza, la reciprocidad, las normas y valores para promover la colaboración y la cooperación entre las personas.

Un año después de la aparición del texto de Rheingold, Rob Zazueta creó en San Francisco la página *flocksmart.com* en la que por primera vez los *mobbers* empezaron a planear sus reuniones y tuvieron su auge hace cinco años en Estados Unidos, Canadá, España, Gran Bretaña, Italia y Francia. Como señalamos, en un primer momento, el carácter de estas movilizaciones fue el entretenimiento y la generación de eventos sin mayor sentido:

- fiestas en el subterráneo, (Nueva York)
- imitar a la estatua de Cristóbal Colón en su posición, gritando “Qué vienen los indios!” (Barcelona, 2003),
- una multitud acudió a una librería céntrica para preguntar por libros que nunca habían sido editados (Roma, 2003),
- guerra de almohadas en espacios públicos (Buenos Aires, 2006, con reediciones en la Rambla de Mar del Plata, Rosario, Tucumán, entre otras localidades),
- Maratón de burbujas (Valdivia, Chile, 2008).

Estos eventos también se realizan en Perú, Colombia y otros países.

Sin embargo, rápidamente comenzaron a inclinarse hacia un cuestionamiento del orden institucional a nivel macro, ya que esta comunicación horizontal supera el control ejercido por las instituciones más claramente definidas como el Estado o el poder político: “smartmob es hoy en día -y se ha demostrado en todo el mundo- una herramienta que los ciudadanos tienen para contestar al Estado. Para resistir ante la tiranía”, puntualizó Rheingold ¹¹.

Nos referimos, entre otros, a casos como:

- la “Fuerza del Pueblo II” que tuvo lugar en enero de 2001 en Filipinas (una movilización de tres días difundida mediante SMS, que concentró a miles de personas ante el palacio presidencial y que acabó forzando la salida anticipada del poder del presidente Estrada);
- la concentración de los partidarios de Hugo Chávez (en su apoyo durante el golpe de estado de abril de 2002 en Venezuela);
- las protestas contra la Convención Republicana en Nueva York,
- las concentraciones del 13 de marzo de 2004 frente a las sedes del Partido Popular en España, cuando la ciudadanía se reunió en varias ciudades para protestar por los atentados terroristas de Madrid. El mensaje enviado por SMS, consiguió reunir a miles de personas. "¿Aznar de rositas? ¿Le llaman jornada de reflexión y Urdaci trabaja? Hoy 13-M, a las 18 h. sede PP C/Génova, 13. Sin partidos. Por la verdad ¡Pásalo!";
- en Francia, una persecución policíaca que culminó con la muerte de dos adolescentes subsaharianos, detonó la ira de las comunidades de inmigrantes. Las manifestaciones se coordinaron principalmente a través de blogs y SMS, y produjeron disturbios durante cuatro semanas;
- la “Revolución Naranja” de Ucrania en 2004, que hizo que miles de ciudadanos salieran a las calles a denunciar que Viktor Yanukovich, que ganó las presidenciales en segunda vuelta, había triunfado mediante fraude
- las revueltas de 2005 que expulsaron del poder al presidente Gutiérrez en Ecuador;
- en Corea del Sur, se cambió la suerte de un candidato presidencial que se hundía en las encuestas;
- la convocatoria al paro general de actividades educativas para repudiar el asesinato del docente Carlos Fuentealba, a principio del ciclo lectivo de 2006 en nuestro país.

¹¹ Gonzalo, Paula: “Howard Rheingold y las Smart Mobs: Las Multitudes Inteligentes de la Era Digital”, Periodismo Ciudadano.com, Madrid, 26/07/2008. En: <http://www.periodismociudadano.com/>

Asimismo, estas estrategias se han ido incorporando a la gestión gubernamental de la información:

- en China, el Gobierno consiguió deslegitimar los esfuerzos de ciertas personas por informar sobre la epidemia de SARS;
- en EE.UU. se utilizaron los SMS como instrumentos para coordinar y vigilar las actividades de los manifestantes durante una convención política;
- no tuvo la misma suerte en 2006 el ex (y actual) primer ministro italiano, Silvio Berlusconi, quien tomando el ejemplo de su par español (Rodríguez Zapatero) y tratando de revertirlo, envió cerca de 13 millones de mensajes de texto a los votantes pidiendo su apoyo, lo cual fue leído por los mismos como una intromisión en el espacio privado. Señalemos que Berlusconi era propietario de las tres emisoras de televisión más importantes y, además, a través de su gobierno, manejaba las tres emisoras públicas de ese país.

Del otro lado, también vemos la utilización de esta nueva tecnología para un modo *aggiornado* de la propaganda política. Tal el caso del por entonces candidato Barak Obama, quien envió mensajes de texto desde el número 62262 (que, obviamente, corresponde a deletrear OBAMA en el teclado) anunciando que por ese medio daría a conocer quién sería su candidato a vicepresidente. Luego de generar la expectativa, y en tan sólo 148 de los 160 caracteres disponibles en los SMS, se difundió “BARACK ha elegido al Senador Joe Biden como nuestro candidato a VP. Mirá la presentación Obama-Biden en vivo a las 3 PM en www.BarackObama.com. Pásalo a tus contactos!”. De este modo, también se instaló como el candidato high- tech post televisión.

La personalización de los espacios públicos

Según Castells¹², el poder político está siendo personalizado a través de la utilización de estas tecnologías de la comunicación, señalando que los medios constituyen el espacio donde el mismo está siendo decidido. Tradicionalmente, como indicamos, ese espacio estaba localizado en los formatos masivos, como la radio y la televisión. Pero la penetración generalizada de los nuevos dispositivos personales ha creado espacios en los que el poder y su administración se ponen en juego: “la aparición de políticas insurgentes no puede ser separada de la emergencia de un nuevo espacio mediático... Al apropiarse de nuevas formas de

¹² Castells, Manuel. “Communication, Power and Counter-power in the Network Society”, *International Journal of Communication* 1.

comunicación, la gente ha establecido sus propios sistemas de comunicación de masas, vía SMS, blogs, vlogs, podcasts, wikis, entre otros.”¹³ A diferencia de la sociedad industrial, que se centraba en la distribución de un mensaje desde un único emisor hacia muchos receptores, la comunicación fundada en red permite la horizontalización del intercambio, de manera sincrónica y diacrónica. Además, las tecnologías recién mencionadas se caracterizan por la producción colaborativa entre varios autores y acceso irrestricto, al menos en teoría. “Los dueños de los multimedios y las agencias gubernamentales están persiguiendo reinstalar el régimen de la era de la difusión, en la que los clientes de la tecnología estaban privados del poder de crear y sólo podían consumir”, apunta Rheingold.

En definitiva, la telefonía celular tiene la capacidad de subvertir el orden institucional y público, cuestionando los centros de poder a favor de los más débiles y desde las instituciones formales a las informales. Mientras que se esperaba que los celulares aumentaran la capacidad de control de los empleadores sobre los empleados, incluso en su tiempo libre, los estudios muestran que han invadido los horarios de trabajo con cuestiones privadas; en tanto que se estimaba que serían un instrumento para que los padres controlaran más a los hijos, se evidencia que son utilizados para evadir la mirada adulta; finalmente, las mujeres han encontrado en estos dispositivos un medio para lograr mayor independencia de sus roles socialmente asignados (y que otrora las limitaran en sus desarrollos profesionales, entre otras actividades).

En la actualidad, lejos de los grandes relatos de la Modernidad, se entiende que se trata de compartir un cruce de culturas que no deja de tener en su centro la propia experiencia vivida, pero ahora, extendida en y por un horizonte transterritorial y multitemporal de sentidos en el cual las instancias se agregan y suman, las identidades se redefinen pero no se excluyen, involucrando conflictos y ambigüedades, integrándose por los requisitos personales de la vida cotidiana y, muchas veces, de su comunicación. Además de los cambios en relación con el *sensorium* acerca de tiempo y espacio y la redefinición del orden institucional y público, la sociedad de la comunicación personal pueden visualizarse en la apropiación de los espacios públicos para propósitos no comunes o compartidos.

¹³ *Ibidem*, p.246. Se llama “blog” (o en español también una bitácora), es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores; un “vlog” o “videoblog” es una galería de clips de videos, ordenada cronológicamente, publicados por uno o más autores, un “podcast” es un archivo de audio que baja a la PC mediante link directo o desde la suscripción a un canal y un “wiki” es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador.

Sería una nueva forma de concreción de los “no- lugares” propuestos por Marc Augé, con un contenido determinado más por los sujetos que participan de él y menos anclado en los espacios en los cuales se da la interacción. Mientras que los no lugares son espacios de anonimato en los que debemos aportar la prueba de nuestra identidad: pasaporte, tarjeta de crédito; los lugares “lugares-mo” hacen que la esfera pública se torne una especie de sala de estar compartida (en el sentido del living de la casa propia, pero usufructuado por individuos que no comparten relación aún estando en el mismo espacio). Son típicos ejemplos las zonas improvisadas como “cabinas de teléfono” públicas y urbanas (porque disponen de buena señal o de la privacidad necesaria): pasillos; terrazas; esquinas; plazas; entradas al subte, lobbys de cines, teatros, restaurantes; en la puerta de grandes shoppings y supermercados; se llenan de personas realizando llamadas o intercambiando mensajes, sin que unos estén al tanto de lo que otros hacen. Finalmente, a través de esta personalización del espacio común o compartido, la sensación de anonimato que se experimenta en las grandes ciudades parece esfumarse debido a la posibilidad de ponernos en contacto con otros conocidos que no están compartiendo ese espacio físico con nosotros. A esto debemos agregarle lo planteado anteriormente sobre la noción de tiempo.

En definitiva, resulta más correcto hablar de la personalización (dar carácter personal a algo) de este espacio público configurado a partir de estos dispositivos móviles que de su privatización (transferir una actividad pública al sector privado; que se ejecuta a vista de pocos). Esta personalización de los espacios también reconfigura las relaciones entre individuos, grupos e instituciones.

A modo de conclusión

En este sentido, las características descritas en las relaciones que se generan en torno a estos nuevos dispositivos se condicen con las usualmente señaladas para la posmodernidad: la inmediatez, la dificultad para establecer relaciones y compromisos institucionales de más largo plazo (frente a infinitos contactos ocasionales), en sintonía con un eterno presente, vinculado al goce instantáneo, entre otros. Por esta misma orientación, el teléfono celular puede funcionar reestableciendo las comunicaciones de tipo más casual, espontáneas, fluidas e informales, lejos de las despersonalizaciones que tienen lugar en la estandarización propuesta por la vida urbana. El tiempo se llena, ahora, según las propias necesidades de los sujetos, incluso por fuera de las instituciones. Esto da la posibilidad de coordinar acciones con tiempos diferentes y estando fuera de ellas.

El escenario actual, en definitiva, está siendo alcanzado por la reflexividad institucional que Giddens señala como tercer elemento organizador de la Modernidad. La misma implica la “utilización regularizada del conocimiento de las circunstancias de la vida social en cuanto elemento constituyente de su organización y transformación”¹⁴ y que influye en el dinamismo de las instituciones modernas.

La emergencia de una nueva forma de comunicación socializada, **la autocomunicación masiva**, potencialmente puede llegar a una audiencia global a través de las redes “entre iguales” (*peer-to-peer* o p2p) y la conexión de Internet. Se la considera comunicación masiva porque alcanza una audiencia global potencial a través de redes personales y la conexión de Internet. Es multimodal, ya que la digitalización del contenido y el software social avanzado (a menudo basados en una fuente abierta que puede descargarse gratis), permite la reforma de prácticamente cualquier contenido, aumentando significativamente su distribución mediante redes inalámbricas. Y el contenido de las mismas tiene características de autocreación, autodirección respecto de su emisión, y autoselección en cuanto a la recepción para aquellos que se comunican de esta manera.

Nos encontramos en un nuevo campo, y recientemente atravesados por un nuevo medio configurado sobre las redes computacionales, con un lenguaje digital y cuyos actores están globalmente distribuidos e interactuando. En verdad, un medio tan revolucionario como este, no determina el contenido y efecto de sus mensajes, pero posibilita una diversidad y autonomías ilimitadas de la mayoría de las comunicaciones que circulan, por lo que construyen y reconstruyen a cada segundo la producción de sentido a nivel global y local.¹⁵

¹⁴ Giddens, Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, p.34.

¹⁵ Castells, Manuel. “Communication, Power and Counter-power in the Network Society”, *International Journal of Communication* 1, p.248.

Bibliografía

- Augé, Marc. *No lugares- espacios del anonimato*, Gedisa, España, 1997, 128 pp.
- Campbell, Scot y Park, Yong Jin. "Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society", *Sociology Compass* 2/2, Blackwell Publishing, Michigan (EEUU), 2008. [En línea]: www.blackwell-compass.com, pp. 371-387.
- Castells, Manuel y otros. *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*, Ariel – Fundación Telefónica, 2007. [En línea]: www.eumed.net/libros/. Recuperado: 10 de enero 2008.
- Castells, Manuel. "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication* 1, 2007, pp. 238-266. [En línea] <http://ijoc.org/>, Recuperado: 20 de mayo de 2008.
- Cobo Romani, C.: "Las multitudes inteligentes de la era digital", en *Revista Digital Universitaria* Vol. 7, N° 6, Universidad Autónoma de México, 10 de junio 2006. En: <http://www.revista.unam.mx/>
- Geser, Hans. *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*, 2004, 47 pp. [En línea]. <http://socio.ch/mobile/>. Recuperado: 5 de agosto de 2006.
- Giddens, Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Península, Barcelona, 1995, 299 pp.
- Giménez, Gilberto. "Materiales para una teoría de las identidades sociales", *Frontera Norte* # 18, Colegio de la Frontera Norte, México, 1997.
- Ito, Mizuko, Okabe, Daisuke y Matsuda, Misa. *Introduction: Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life*, MIT Press, Cambridge, MA, 2006, 16 pp. [En línea]: <http://mitpress.mit.edu/catalog/>. Recuperado: 22 de enero 2008
- Martín- Barbero, Jesús. "Desencuentros de la socialidad y reencantamientos de la identidad", *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura* N° 29, 2002.
- Martin, María Victoria. "Ni público ni privado: la telefonía celular y la personalización del espacio", en Becerra, Martín (editor): *Las Transformaciones del Espacio Público*, Universidad Nacional de Quilmes, 2009. En prensa.
- Martin, María Victoria. "Televisión y política: expresión de la crisis de representación en la globalización", en Sanguinetti, Luciano: *Comunicación y Medios. Claves para pensar y enseñar una teoría latinoamericana sobre comunicación*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, (UNLP); La Plata, Agosto de 2001, pp.159-180.

Mc. Luhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*, Paidós, Barcelona, 1995 (ª edición, 1964), 416 pp.

Rheingold, Howard: *Multitudes Inteligentes: la próxima revolución social*, Barcelona, Gedisa, 2005.

Simmel, Georg. “Conflicto y la red de afiliaciones de grupo”, en *Sociología: Estudio de las formas de socialización*, Alianza Universidad, Madrid, 1986, (1ª edición, 1908).

Thompson, John. *Los media y la Modernidad. Una Teoría Social de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 1998, 358 pp.

Touraine, Alain. *Crítica de la Modernidad*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1994, 391 pp.

Vidal Jiménez, Rafael. “Comunicación, temporalidad y dinámica cultural en el nuevo capitalismo disciplinario de redes”, en *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 7, Observatorio para la CiberSociedad, Barcelona, 2005. [En línea]: <http://www.cibersociedad.net/>. Recuperado: 21 de diciembre de 2004.

Otras fuentes:

“Estadística de Servicios Públicos”, INDEC, Buenos Aires, 29 de Mayo de 2009. En <http://www.indec.mecon.ar/>. Acceso: 12/06/2009.

“Un SMS en el teléfono de Barack Obama”, 23/08/08, *Diario Crítica*. [En línea]: <http://www.criticadigital.com/>

CNC- Comisión Nacional de Comunicaciones, en <http://www.cnc.gov.ar>. Acceso: 12/06/2009.

Gonzalo, Paula: “Howard Rheingold y las Smart Mobs: Las Multitudes Inteligentes de la Era Digital”, Periodismo Ciudadano.com, Madrid, 26/07/2008. En: <http://www.periodismociudadano.com/>
<http://flashmob.com/>