

# Presentación

## Introduction

### Redes, movimientos sociales y sus mitos en un mundo hiperconectado

Networks, social movements and their myths in a hyperconnected world

Guest-edited special issue:

Dr. Toby Miller, Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa (México)

Dra. Eva Aladro-Vico, Universidad Complutense de Madrid (España)

Dra. Paula Requeijo-Rey, Universidad Complutense de Madrid (España)



ace casi un siglo, Marshall McLuhan enunciaba su ley de la recuperación, en la que describía que todo medio de comunicación lleva en su interior otros medios anteriores. Como en un proceso de re-equilibrio, las grandes formas innovadoras de la comunicación social tienden a regresar, en su interior, a las formas de comunicación antiguas, con las que establecen un diálogo que aumenta la eficacia de las nuevas, porque las pone en conexión con las primeras y más persistentes, utilizadas por el hombre. Y en ese fenómeno de conexión, las formas ancestrales y las formas más actuales de comunicación se dan la mano y fluyen hacia el futuro.

No es necesario investigar hasta qué punto las intuiciones de McLuhan son cruciales para entender qué ocurre en el mundo de los medios digitales. Su ley de recuperación, o de re-mediación, puede ejemplificarse muy fácilmente si echamos un vistazo al número actual, 68, de *Comunicar*. En las redes sociales abunda el lenguaje ancestral de los mitos y los símbolos. Abunda el lenguaje del mito, y su conjugación simbólica, en la iconografía y la estética del denominado lenguaje digital de los nuevos medios. No es necesario buscar demasiado para encontrar, ya sea en formas quizás superficiales, infantilizadas o, por el contrario, profundas y con toda su fuerza primordial, los grandes símbolos míticos y los arquetipos de honda raíz. Los mensajes en las redes y plataformas digitales están poblados de mitos y de símbolos, y en ellos retorna, transformado por el juego caleidoscópico de la creatividad de la red, el mundo de los insondables significados humanos.

Al abordar este número de *Comunicar* sobre el tema de los movimientos sociales en la red, hemos topado con un asunto totalmente innovador. Hemos relacionado de manera novedosa el mundo de los mitos y las redes digitales, con los movimientos sociales, de vibrante actualidad en todo el globo. Las redes sociales están convirtiéndose en el campo de acción de una nueva dimensión política, en la que la lucha por libertades y derechos esenciales toma una forma directa, simple, pero poderosa también. Para llamar a la lucha activista, se utiliza el lenguaje de las redes, pero en él cobra nueva vida el mundo de los mitos, los símbolos y las formas de lenguaje profundo que reposan en el acervo cultural. Solo es necesario observar con un poco de atención, para comprobar cómo en los mensajes de los movimientos sociales sale a recibirnos, en toda su compleja profundidad, el mundo de los mitos simbólicos.

La revista *Comunicar* nos da la oportunidad de abordar un tema absolutamente original, que desvela cómo el lenguaje evocador de mitos en las redes, de distinta naturaleza y con diferentes dimensiones, es el vehículo idóneo para apelar al movimiento y la acción social, produciendo una comunicación dinámica, creativa, que rápidamente es aceptada por los usuarios, que la convierten en su medio de identificación y en su clave de compromiso. Lo que más nos ha llamado la atención, al recopilar las aportaciones de muy diferentes equipos investigadores en este número de *Comunicar*, es cómo la creatividad comunicativa de las redes sociales se ha convertido en la forma de demostrar la energía y la fuerza dinamizadora de los colectivos en lucha por una causa social, sea el feminismo, la ecología, la libertad de expresión y de pensamiento, o la lucha contra el racismo y la xenofobia.

# Presentación

Introduction

En los movimientos y grupos que se manifiestan en las redes y en sus diferentes plataformas de difusión de contenidos, la creatividad es hoy el indicio de su fuerza para actuar. Así, la viralidad de formas creadoras es el signo de la capacidad de acción en un asunto de interés ciudadano universal. Y cuando en las revueltas antirracistas recientes, o en el movimiento contra el cambio climático, surgen símbolos, héroes y mitos, evocados en las imágenes, lenguaje o en los mensajes de esas movilizaciones, lo hacen porque estos movimientos crean una fuerza de expresión que se retroalimenta, y que recurre en su proceso al lenguaje universal del mito. Así, mediante el desarrollo intenso de los lenguajes de los movimientos en Internet,



estos conectan con los ciudadanos usuarios de las redes, que son además hoy en día también creadores y modificadores de esos lenguajes y de sus consignas. Y en ese fenómeno, transmiten un nuevo uso de los mitos y los símbolos. Las manifestaciones políticas y sociales de los nuevos ciudadanos digitales están marcadas por una creatividad colectiva en la que aparecen muy profundas y primordiales formas comunicativas. Este es uno de los rasgos que emerge, tremendamente interesante, en este número monográfico. La última tecnología y los viejos mitos se dan la mano en la red.

El modo en el que las comunidades de usuarios activistas en las redes se reconocen y transmiten energía movilizadora, es mediante la expresión colectiva, creada por todos. Hay una comunicación que es difundida y transformada por los emisores anónimos, viralizada mediante el auto-reconocimiento de una comunidad que produce este lenguaje expresivo inédito. Probablemente este factor sea completamente original y novedoso, porque en el lenguaje colectivo que crea nuevas formas, y nuevos sujetos para la enunciación, reconocen los activistas la capacidad para cambiar el mundo. Así, este medio de comunicación reciente, se une a la ancestral lucha por la emancipación humana, igual que los medios de comunicación de antaño se unieron al avance de la democracia, o al establecimiento de las libertades ciudadanas. Una vez más, los medios están en el origen y en la lucha por las nuevas libertades. En este caso, se trata de los medios digitales, y las nuevas libertades son las que reclaman los sujetos colectivos, anónimos, colaboradores, de esos medios.

Los mitos renacen y regresan con fuerza en esa búsqueda incesante de una comunicación colectiva, para luchar por los valores de lo político, y no ya por los temas de la política, como distinguió certeramente Eric Landowski hace algunos años. El nuevo mundo social vuelve a los principios esenciales de la dignidad humana, relacionados con las libertades esenciales y las condiciones idóneas de la vida en el planeta. Lejos de las agendas de la política convencional, los movimientos sociales digitales interesan, además, a los jóvenes en lo político, en aquellos asuntos que son cruciales para ellos.

Uno de los aspectos más interesantes, por tanto, radica en la capacidad que el medio digital, en su aspecto de generar comunidades de acción progresista, tiene para convocar y aglutinar a grandes masas de individuos, y sobre todo para implicar a las nuevas generaciones, que muestran una mayor identificación con los lenguajes de los movimientos digitales. Los jóvenes actuales de todo el planeta manifiestan un grave desencanto respecto a las formas de

intervenir y participar en las estructuras políticas, y, sin embargo, son muy activos y profundamente participativos en los emergentes movimientos sociales digitales que vienen a liberar aspectos de la vida social todavía atezados por la represión, la pobreza, la amenaza o el abuso. Es muy interesante que en el impulso liberador manifestado por los lenguajes característicos de las plataformas digitales se recurra de nuevo a los mitos profundos, a los arquetipos y a esas formas de reconciliarnos con las condiciones de nuestra existencia que son, según el más grande investigador de los mismos, los mitos. En la pedagogía profunda que Campbell insistió que generaban los mitos, hay una finalidad fundamental de insertar al individuo en una colectividad, y de que cada sujeto en particular pueda intentar abarcar el profundo abismo de su propia existencia, integrado en ella. Es lógico, por todo ello, que los mitos sean el vehículo ideal de los movimientos sociales.

El mundo de Internet está siendo vilipendiado por acertadísimos analistas que muestran cómo, a partir de la generación de la web 2.0 y del universo de las plataformas comerciales, la deriva hacia la superficialidad y la pérdida de sentido comunicativo es un hecho. Internet ha evolucionado, en muchos de sus desarrollos, hacia un sistema superficial de monetización de datos, cuya única finalidad es sostener las plataformas y grandes corporaciones que trabajan en el gigantesco sistema del comercio informacional. Y, sin embargo, como contrapunto de equilibrio, en las manifestaciones espontáneas de los ciudadanos que usan las redes para dar fuerza a movimientos de activismo, Internet conserva la capacidad original que como medio tuvo, para hacer sentir a los ciudadanos la capacidad libre de cambiar el mundo, la fuerza para salir a la calle a actuar en bien de intereses comunes y de futuro.

Como en un proceso de reequilibrio, pues, este número monográfico nos muestra el lado positivo de las redes sociales, las funciones que, alternativamente a la principal instrumentalización de las redes en el sistema comercial globalizado, nos muestran el potencial liberador que estos canales, y sus lenguajes, pueden tener. Y en ese proceso, como una prueba de las posibilidades que las redes pueden desplegar, están esos grandes movimientos digitales con sus lenguajes distintivos.

Es por ello que las investigaciones que aparecen en este número 68 de Comunicar nos transmiten una energía positiva, manifestada a través de múltiples fenómenos. Deseamos describir las aportaciones que se han seleccionado para dar una idea de estos originales aspectos de la red. El artículo que abre este monográfico, titulado «El héroe y la sombra: Mitos en los movimientos sociales digitales», se sirve de una metodología mixta para analizar el concepto de héroe presente en dos movimientos de gran impacto pasado y actual que defienden la libertad de expresión: «Anonymous» y «Je suis Charlie», que destacan por su fuerza comunicativa, su naturaleza digital y su carácter internacional. Miller, Aladro-Vico y Requeijo-Rey aplican los modelos de arquetipo y viaje del héroe, tal y como los definieron Jung y Campbell, para identificar la presencia del mito de la sombra y la identidad anónima, híbrida y oscura en los dos movimientos. Ambos crean una amplia enciclopedia verbo-visual y una comunidad de sentido propia. Actúan como una macro-narración en la que la identidad individual anida en otra social, que remite a valores universales que permiten a los seres humanos trascender al superar sus límites temporales.

En el segundo texto, se emprende el análisis de la presencia del mito en otro movimiento con varios siglos de historia que es imprescindible para entender el contexto sociopolítico actual: el feminismo. A través del análisis de los arquetipos en los que se basan los personajes de 25 series feministas de las plataformas Netflix y HBO, Garrido y Zapsti estudian el impacto de las demandas de los movimientos «Me Too» y «Time's Up» a la hora de promover la igualdad de género. Constatan que los personajes femeninos de estas ficciones son más complejos y diversos que los de sus predecesoras, ya que desafían los estereotipos de género y amplían los arquetipos típicos. Las protagonistas etiquetan algunas de sus experiencias como abuso sexual y representan visiones alternativas en lo que a la construcción del placer y el deseo sexual femenino se refiere. Son textos de gran utilidad para la coeducación y el desarrollo de actitudes igualitarias en los jóvenes ya que sus personajes invitan a reflexionar sobre el funcionamiento del poder y la opresión.

La tercera investigación se ocupa también de otro movimiento esencial en el universo político de nuestro siglo: el ecologismo. En este caso, el objeto de estudio son los discursos en redes sociales de una persona y un movimiento que, de forma sinecdótica, han concentrado las principales demandas del activismo climático en la actualidad: Greta Thunberg y «Fridays for Future» (FFF). Aplicando el monomito del héroe, «Del mito global a la movilización local: Creación y resonancia del marco Greta Thunberg» detalla cómo la construcción del storytelling de la joven activista responde a las etapas del modelo expuesto por Campbell. Díaz-Pérez y Soler-i-Martí exponen cómo el arquetípico viaje del héroe es una de las bases del impacto de la figura de Thunberg que, a su vez, es responsable del éxito de «Fridays for Future» (FFF). Este caso de estudio, al igual que los que analizan el primer y el segundo artículo del monográfico, demuestra la potencia del mito a la hora de conectar lo individual con lo universal. La

agenda del movimiento climático se personaliza en Thunberg, pero la construcción de su historia a partir del monomito del héroe y la propia dinámica glocal de los movimientos sociales digitales influye de forma decisiva en el éxito internacional del activismo climático y en el impacto de sus seguidores.

A continuación, la cuarta contribución desarrolla, para una visión panorámica de las aportaciones al campo, una revisión sistemática de los artículos empíricos sobre movimientos activistas digitales, que emplean la etnografía virtual como metodología, publicados por las revistas españolas de Sociología de mayor índice de impacto en la última década. Rodríguez-Suárez, Morán-Neches y Herrero-Olaizola apuntan que la Red es una aliada del activismo, ya que le permite ampliar el impacto de sus demandas, crear nuevas narrativas y transformar el lenguaje de los diferentes movimientos. Constatan la escasez de publicaciones sobre esta temática, así como el uso creciente de la etnografía virtual como herramienta de investigación en este campo.

Finalmente, en «El mito en las narrativas visuales del activismo medioambiental en Instagram», Ardèvol y Martorell identifican las estructuras mitológicas presentes en los memes creados, publicados o compartidos por diferentes eco-influencers. Estos textos son mitos que incorporan un modelo propio de producción de sentido e interpellan al enunciario para que se movilice y desencadene así un cambio social. A nivel retórico, responden a una operación de contraste enmarcada en el tiempo: plantean oposiciones binarias entre el pasado y el futuro. Al igual que ocurría con los discursos generados en Twitter por Anonymous y Je suis Charlie en la primera investigación, aquí los memes también producen una amplia enciclopedia que, a modo de macronarración, encaja el plano individual en el universal al enmarcar el activismo medioambiental como parte del orden cósmico.

Esperamos que el presente número de Comunicar aporte un conjunto de perspectivas lo suficientemente variado y rico como para dar una idea de las múltiples posibilidades de investigación que los movimientos sociales que aparecen dinamizados por las redes sociales presentan, a la hora de dar impulso a formas profundas de comunicación como son las que están presentes en el mundo de los mitos.

Queremos, por último, agradecer al excelente equipo de trabajo de esta revista su calidad humana, su calidad como equipo editorial y su buen hacer profesional, que nos han permitido aportar un tema tan innovador y original con las garantías que proporciona su impacto como publicación de primer nivel internacional. Deseamos que este número pueda contribuir a demostrar que la investigación en comunicación en lengua hispana se sitúa en muy altos niveles de exigencia y es capaz de consolidarse en la divulgación de los avances investigadores en este campo. Creemos que la internacionalidad de los autores que aparecen en este número, y la difusión que la propia publicación tiene en todo el globo, permitirán aumentar el interés por este tema monográfico, siendo como es completamente específico e innovador, pero mereciendo, pensamos, atención continuada en la comunidad de académicos. Sin duda que se trata de aspectos llenos de sentido, y que influirán en los grupos humanos presentes y activos, en las nuevas tecnologías de comunicación de nuestra era.

## Referencias

- Bolter, D.J., & Grusin, R. (2005). *Remediation. Understanding new media*. MIT Press.
- Landowski, E. (2004). *Passions sans nom*. PUF.
- Campbell, J. (2016). *El poder del mito*. Capitán Swing.
- McLuhan, M., & McLuhan, E. (1992). *Laws of the media. The New Science*. U. of Toronto Press.