

● E. Hernández, M.C. Robles y J.B. Martínez
Granada (España)

Recibido: 13-07-2012 / Revisado: 25-07-2012
Aceptado: 23-09-2012 / Publicado: 01-03-2013

DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-06>

Jóvenes interactivos y culturas cívicas: sentido educativo, mediático y político del 15M

Interactive Youth and Civic Cultures: The Educational, Mediatic and Political Meaning of the 15M

RESUMEN

Esta aportación se justifica en la necesidad de analizar el contenido participativo que los jóvenes interactivos transmiten en el uso de TIC y de las redes sociales durante el origen del movimiento social del 15M. Los objetivos se han dirigido a comprobar cómo los jóvenes sienten, viven y experimentan la ciudadanía democrática a través de los soportes digitales y mediáticos, participando en el lugar público de la plaza donde se está formando una más informada ciudadanía digital entre la convergencia tecnológica, la hipertextualidad y la no linealidad. Se ha tratado de identificar tanto el contenido educativo de sus interacciones e implicaciones como el uso de los soportes digitales mediáticos en su organización colectiva. La metodología utilizada es el estudio de caso en profundidad, realizado durante los días de la acampada en la plaza pública, recogiendo observaciones, entrevistas, información de las redes sociales (Twitter, Facebook, n-1 y Tuenti), noticias de los medios de comunicación así como de los medios generados en la acampada, y todas las fotografías y cartelería del evento. Desde esta perspectiva tecnopedagógica se analiza cómo estos jóvenes ensanchan sus relaciones comunicativas y se conectan en red construyendo nuevos significados de lo educativo, lo social y lo político. El análisis de sus discursos nos descubre una reapropiación de los jóvenes de las TIC participando en la comunicación pública y aportando nuevas perspectivas para la educación ciudadana.

ABSTRACT

This contribution is justified by the necessity of analyzing the participative content that the interactive youth transmitted in the use of ICTs and social networks in the origin of the social movement of the Spanish Revolution. Our objectives have been focused on proving how young people feel, live and experience the democratic citizenship by means of audiovisual display systems, participating in public open spaces where a better informed digital citizenship is being formed among the technological convergence, hypertextuality and non linearity. We have tried to identify both the educational content of their interactions and implications and the use of audiovisual display systems in their organization as a group. The methodology we have used is the in-depth case study in the days when people occupied public spaces. We collected observations, interviews, information from the social networks (Twitter, Facebook, n-1, Tuenti), news in the media and also information, posters and photographs generated during the occupation by the participants themselves. From this techno-educational point of view we analyze how these young people widen their communicative relationships and get connected on line creating new meanings for educational, social and political issues. The analysis of their speeches shows us a reappropriation of the ICTs by these young people who express and communicate publicly and contributing in this way with new points of view for the citizenship education.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Redes sociales, jóvenes interactivos, ciudadanía, cultura mediática, participación, cultura juvenil, identidad.
Social networks, interactive youth, citizenship, media culture, participation, youth culture, identity, digital citizenship.

- ◆ Elisa Hernández-Merayo es Becaria FPU del Departamento de Didáctica de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España) (ehm@ugr.es).
- ◆ Dra. M^a Carmen Robles-Vílchez es Profesora Ayudante Doctor del Departamento de Didáctica de la Facultad de Educación y Humanidades de Melilla de la Universidad de Granada (España) (mcrobles@ugr.es).
- ◆ Dr. Juan Bautista Martínez-Rodríguez es Catedrático de Universidad del Departamento de Didáctica y O.E. de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España) (jbmr@ugr.es).

1. Introducción

El origen de este trabajo se centra en uno de los fenómenos más significativos de nuestra historia presente que protagoniza el llamado movimiento 15M, cuyo impacto mediático ha sido sorprendente y cuyos efectos políticos han revisado la ortodoxia cívico-social de nuestro país. Tal movilización social no hubiera sido posible sin el uso de las TIC, pues las ideas y los proyectos requieren de tecnologías para su implantación y las tecnologías contienen e implementan, a su vez, ideas y acciones. En este sentido, resulta imprescindible tanto describir el tipo de tecnologías y sus correspondientes usos o utilidades como el contenido transmitido, sus valores y experiencias como ciudadanos implicados en la vida pública y como usuarios que difunden ideas alternativas. Al mismo tiempo, se observa cómo instituciones como la familia y la escuela han perdido fuerza y capacidad debido en parte a sus ideas obsoletas en sus prácticas educativas y la han ganado los medios de comunicación y las relaciones entre iguales, cultivadas por jóvenes interactivos a través de soportes mediáticos y digitales (Drotner & Livingstone, 2008). La situación ha sido propicia para que un número importante de ellos, socializados en los nuevos dispositivos mediáticos, especialmente en contextos lúdicos y de ocio, adquieresen un protagonismo específico en el momento estratégico previo a las elecciones municipales de la primavera de 2011, y se organizaran en una plataforma ciudadana compuesta por más de seiscientas organizaciones que irrumpieron en las calles el 15 de mayo convocando a una parte importante de la población descontenta e indignada.

Este movimiento social interesa aquí por las narrativas que genera en los procesos de comunicación y de educación mediante los que se pone en funcionamiento una serie de estrategias, se desarrollan un conjunto de actitudes, y se establece un sistema de relaciones que definen el rol y protagonismo de quienes se conectan y participan en las actividades públicas. La evolución en la manera de entender la educación en medios desde la preocupación por el análisis de la sintaxis y de la semántica del lenguaje audiovisual, la enseñanza del manejo de las herramientas, hasta el necesario análisis de los mensajes, contenidos y sentidos emitidos en los soportes mediáticos supone un importante avance y responsabilidad para quienes investigan en estos dos campos conectados. En esta trayectoria, la Web 2.0 se ha considerado una web social en la que los usuarios del movimiento 15M han generado sus propios contenidos y compartido su producción, convertidos en agentes educativos, políticos y sociales. Así se justifica el interés de abordar cualitativamente la

desaparición de la relación jerárquica entre el conocimiento académico y el conocimiento popular de los medios, la tradición política profesional y la propia experiencia ciudadana, el contenido regulado por la jurisprudencia y las demandas de interpretaciones alternativas de la ley. Por las redes, periódicos, carteles y fotografías circulan las críticas de quienes se han apropiado de los medios y pretenden reapropiarse de un nuevo estilo de comportamiento ciudadano.

En las anteriores condiciones, la teorización que presenta, de forma pertinente, la comprensión del 15M como movimiento social, educativo y mediático, explorado desde una perspectiva de educación para la ciudadanía, se fundamenta en las culturas cívicas de Dahlgren (2011), la apropiación de un nuevo paradigma comunicacional (Morales, Álvarez & Loyola, 2011) y las aportaciones de los estudios culturales de Douglas Kellner (2011).

- Las culturas cívicas son el marco destinado a ayudar e ilustrar las condiciones específicas que son necesarias para la participación, que comprende aquellos recursos culturales que pueden ser utilizados por los ciudadanos y soportan en gran medida a través de los medios de comunicación. Por lo tanto, este marco tiene por objeto especificar las formas en que los medios de comunicación —especialmente Internet— facilitan la conducta cívica activa. En términos más generales, se admite que los parámetros básicos de las culturas cívicas derivan de las relaciones estructurales del poder social, la economía, el sistema legal y las posibilidades de la organización, y todas ellas pueden tener su propio impacto. Sin embargo, desde la perspectiva del actor, lo que caracteriza a la conducta cívica es el acceso a la centralidad de los medios de comunicación. Su forma, contenido, lógicas específicas y modos de uso son los soportes de la cultura cívica. Dahlgren presenta seis dimensiones con una reciprocidad entre ellas: las tres primeras conocidas a través de la tradición establecida de la comunicación política y las tres últimas proceden de las corrientes de la teoría cultural contemporánea: 1) conocimiento para la apropiación activa 2) valores democráticos, 3) confianza en la participación colectiva, 4) espacios de comunicación físicos y virtuales, 5) nuevas prácticas y habilidades cívicas, 6) fuertes identidades cívicas (Dahlgren & Olsson, 2008; Dahlgren, 2011: 6-9).

- La apropiación como nuevo paradigma comunicacional se emplea para explicar la relación de los sujetos con los medios con diferentes modalidades. El hecho de que grupos sociales del 15M se apropien de los medios de comunicación y de las TIC va unido y se extiende también a la apropiación de los conceptos

básicos de la organización ciudadana: lo que es justo o injusto, la legalidad o ilegalidad de ciertas acciones, la resignificación de la educación, las exigencias de democratización real, la participación en la toma de decisiones públicas. Apropiarse de los medios y de los significados educativos supone la emergencia de nuevas propuestas prácticas para otra sociedad posible. La utilidad de la apropiación como proceso que define la relación de los sujetos/usuarios con los medios y las tecnologías de la comunicación del ciudadano competente resulta pertinente para abordar los significados y sentidos que circulan a través de los medios en manos de los actores del movimiento 15M. Este proceso no deja de ser controvertido y conflictivo cuando otros grupos o comunidades entran en pugna o cuando se ponen en duda tradiciones socioeducativas o sistemas de delegación cívicas obsoletos.

- Por último, las aportaciones desde la cultura mediática por parte de los estudios culturales nos ayudan a comprender cómo los medios de comunicación condicionan los procesos de socialización y educación. Según Kellner, los textos culturales de los medios no son meros vehículos de ideología dominante, ni entretenimiento puro e inocente. Más bien, son un artefacto complejo que encarna discursos políticos y sociales, cuyo análisis e interpretación requieren métodos de lectura y crítica que articulen su inserción en la economía política, las relaciones sociales y el entorno político en el que son producidos, circulan y son recibidos (Kellner, 2011: 11). En el ámbito político, las imágenes mediáticas han producido un nuevo tipo de política de consignas y sentencias que sitúa a los medios en el centro de la vida política. En las interacciones sociales, las imágenes producidas en serie guían la presentación personal en la vida cotidiana, la forma de relacionarse con los demás y la creación de los valores y metas sociales (Kellner, 2011: 24). Por tanto, se hace necesario analizar el sentido de los carteles, las consignas, los videos colgados en la web o los gritos en las asambleas y manifestaciones. La simplificación que realizan los actores del 15M acerca de lo social y político se dirige al

ciudadano adoptando un carácter eminentemente pedagógico.

El propósito del estudio es identificar una nueva situación social, el «ethos» democrático, entendido como vivencia, experiencia o sentimiento de los jóvenes al relacionarse y comunicarse con los demás, como orden simbólico que facilita reglas para regular el comportamiento que es deseable o el que no lo es, en el marco del proyecto I+D+i «La ciudadanía en los nuevos escenarios digitales y escolares: relaciones e implicaciones en el alumnado de la Educación Secundaria».

La evolución en la manera de entender la educación en medios desde la preocupación por el análisis de la sintaxis y de la semántica del lenguaje audiovisual, la enseñanza del manejo de las herramientas, hasta el necesario análisis de los mensajes, contenidos y sentidos emitidos en los soportes mediáticos supone un importante avance y una responsabilidad para quienes investigan en estos dos campos conectados. En esta trayectoria, la Web 2.0 se ha considerado una web social en la que los usuarios del movimiento 15M han generado sus propios contenidos y compartido su producción, convertidos en agentes educativos, políticos y sociales.

2. Materiales y métodos

El movimiento 15M tiene una dimensión globalizada sobre la cual, en esta investigación, se realiza un corte espacio-temporal situado en Granada durante 32 intensos días, donde se historia el origen, desarrollo y efectos localizados en el contexto urbano y protagonizado por la unidad organizativa de la Asamblea Plaza del Carmen y «#AcampadaGranada». El diseño, más emergente que prefijado, debido a las acciones imprevisibles, se articula en un estudio de caso (Stake, 2007) apropiado para el estudio de las personas y sus interacciones en la particularidad física de la plaza y en el escenario virtual construido por los actores del movimiento. Aplicando un estricto código ético, el acceso de la investigadora participante en «#AcampadaGranada» fue sencillo aunque las dinámicas de la plaza resultaron tremendamente complejas y el seguimiento

del diario de campo ocupó una gran variedad de descripciones densas, entrevistas semiestructuradas y recogida de materiales. Así mismo, se realizó un análisis de documentos generados por la propia asamblea (comunicados de prensa, actas, periódico «Ágora», vídeos del canal Vimeo y YouTube, Televisión Acampada Livestreaming); carteles y eslóganes elaborados por las y los activistas, artículos y noticias de la prensa local (Ideal, Granada Hoy) y otros medios nacionales de comunicación de masas seleccionados incidentalmente. Junto a estos documentos se realizaron más de

dencia con las vivencias sociopolíticas de la ciudadanía construida y ubicada en otros entornos territoriales y virtuales.

3. Resultados

Aunque los resultados de este estudio de caso se presentarán también a través de la tecnología informática, utilizando solo las imágenes recogidas, aquí se expone el relato escrito que marca una estructura narrativa subyacente con la que interpretar el caso. Se trata de una secuencia cronológica, procesual, donde enfatizar los hitos educativos y comunicativos que avalan los resultados.

3.1. Origen: Asamblea de Plaza del Carmen y virtualización de #AcampadaGranada

La masiva afluencia a la convocatoria de la manifestación del 15 de mayo de 2011 liderada por «Democracia Real Ya» fue inesperada en todas las ciudades, y más aún en Granada, una ciudad donde se reunieron más de 5.000 personas¹. Inesperada fue de igual modo la iniciativa de un grupo de jóvenes que decidieron

continuar con la protesta política en la plaza madrileña de la Puerta del Sol y que fueron desalojados violentamente por la policía esa misma madrugada, lo que provocó el surgimiento de acampadas a lo largo de todo el país como muestra de apoyo y solidaridad con los compañeros/as madrileñas.

Tras la primera noche de acampada solidaria en Granada y de forma paralela a este acto se convocó a través de las redes sociales virtuales y de las redes personales la primera asamblea ciudadana el 17 de mayo en el Paseo del Salón, que llegó a concentrar alrededor de 100 personas.

El resultado de esta primera convocatoria fue la consecución de uno de los consensos clave para la constitución del movimiento en Granada: la decisión de acampar en Plaza del Carmen (en ella se encuentra ubicado el Ayuntamiento de la ciudad) con la finalidad de crear un espacio de trabajo permanente que permitiese la organización del movimiento. Así, de forma simultánea y paralela nace el espacio virtual #AcampadaGranada, que interactuará en un proceso continuo con las dinámicas de la plaza.

Hemos realizado una exploración en profundidad, un corte en una realidad local –como holograma de la global– que nos ha permitido comprender los discursos y prácticas producidas en el escenario de un movimiento social como es el espacio de la Asamblea de Plaza del Carmen, y su interdependencia con las vivencias sociopolíticas de la ciudadanía construida y ubicada en otros entornos territoriales y virtuales.

500 fotografías y múltiples vídeos. En relación a la extensión de la acampada en el entorno virtual se recogieron datos de las redes sociales Twitter, Facebook, n-1 y Tuenti.

Todo el material recogido iba orientado a la identificación del marco interpretativo de los actores de «#AcampadaGranada», relacionado con su experiencia democrática en las relaciones, comunicaciones y vivencias de la propia implicación o desafección en las acciones colectivas. El proceso de reducción y transformación de datos pronto dio lugar a la generación de los asuntos y temas relacionados con el propósito del estudio. El análisis y la interpretación de los datos se hicieron bajo los criterios cualitativos de dar la voz a los grupos singulares, subjetividad crítica, reflexividad del investigador y la reciprocidad (Simon, 2011: 181).

En este sentido hemos realizado una exploración en profundidad, un corte en una realidad local –como holograma de la global– que nos ha permitido comprender los discursos y prácticas producidas en el escenario de un movimiento social como es el espacio de la Asamblea de Plaza del Carmen, y su interdependencia

3.2. Constitución y organización presencial y virtual

En este movimiento emergente los primeros momentos fueron claves para la puesta en marcha de dinámicas de interacción y de una base organizacional que constituiría el germen sobre el que se basaría toda la actividad posterior. Se aprobaron principios presentes desde la primera asamblea y que se referían a: horizontalidad, rotatividad, participación de todos y todas, escucha de las opiniones con una atención especial a las opiniones minoritarias, búsqueda del consenso. Así mismo, se consolidó el núcleo central del ideario de la Asamblea General Abierta de Plaza del Carmen en el consenso de mínimos, constituyéndose la misma como declaradamente asindical, apartidista, aconfesional, pacifista, creativa, abierta, y con responsabilidad colectiva². La acampada, como herramienta política al servicio de la Asamblea, sigue un proceso de auto-organización dentro del cual van surgiendo grupos de trabajo a partir de las necesidades percibidas: grupo de logística y grupo de legal, grupo de propuestas y de difusión del movimiento (en facultades, barrios y pueblos), grupo de difusión en los medios y, posteriormente, los grupos de acciones, debate y reflexión, descentralizándose las responsabilidades de la Asamblea General por la creciente autonomía y el nacimiento de las asambleas de barrios, pueblos y facultades con sus propios grupos de trabajo.

Acampada y asamblea se enfrentaron a momentos críticos a lo largo de su desarrollo: el encuentro de la manifestación del 15M con la procesión de la archicofradía de la Virgen del Rosario, el desalojo de la acampada la noche del 17 de mayo; la coincidencia espacio temporal de la Asamblea General con la convocatoria de un acto de una asociación andaluza. Por otro lado, las acampadas fueron declaradas ilegales por la Junta Electoral Central para las elecciones municipales del 22 de mayo, la policía desaloja el Centro Social Ocupado «La Indiskreta», colaborador logístico del movimiento y se celebran el ascenso del F.C. Granada a primera división y otros encuentros futbolísticos. Estos potenciales conflictos se resolvieron optando por el debate, el diálogo y el respeto hacia otras organizaciones y agrupaciones ciudadanas, compartiendo los espacios; se optó por la desobediencia civil y pacífica ante las decisiones administrativas: «lo que es justo nunca puede ser ilegal y decidimos saltarnos su legalidad para honrar la justicia (octavillas divulgativas de la manifestación del 19J)».

3.3. Eslóganes contra políticos, banqueros y medios de comunicación

Tres son los ejes de crítica que se tornan centrales

en la asamblea, materializados en una crisis de representatividad de los mismos: a) la clase política; b) la banca: «No somos mercancías en manos de políticos y banqueros»; y c) los medios de comunicación «Alguien nombró como enemigo número uno a la banca, yo quiero nombrar a los medios; propongo la creación de un subgrupo que se encargue de rebatir toda la malinformación de los medios» (Asamblea General 21 mayo). Frente al manifiesto rechazo de una clase política con altos tacones rojos, vestidos estampados en azul eléctrico y en verde pomelo, se propone que la política se construya entre todas y todos, que sobrepase los muros del ayuntamiento e inunde las relaciones diarias de lo cotidiano. Las actitudes desde las que se rechaza la política, por su asociación con una política institucional denostada, fueron cambiando hacia un proceso de construcción política alternativo, pasando de una visión del apoliticismo a una defensa del apartidismo. Con este giro hacia la reconceptualización de la política en su sentido amplio y no limitado se supera la dicotomía entre las luchas políticas y las luchas sociales: lo social es político, y lo político es social.

En este sentido, la asamblea se acerca a la política desde lo local (tanto a nivel municipal como nacional), centrándose en lo que el movimiento considera su rango de acción real, posponiendo las propuestas de orden global (europeo o mundial). En la asamblea del 21 de mayo se alcanzó un acuerdo sobre algunas medidas y demandas urgentes, tratando de aunar toda la variedad de propuestas (alrededor de 600) que las y los ciudadanos habían ido elaborando en los días previos: derogación de la reforma laboral y de la reforma de la ley de pensiones, derecho real a la vivienda digna, servicios y necesidades sociales garantizados, derogación de la Ordenanza Cívica de Granada.

En torno a la relación con políticos y banqueros surge una postura unánime: «Vuestra crisis no la pagamos»; «no hay pan para tanto chorizo»; «no falta dinero, nos sobran ladrones». Se critica el sistema político, social y económico actual, denunciando tanto la supremacía de la influencia del mercado –de un mercado con nombre y apellidos y no como una mano invisible–, sobre la política –por qué manda el mercado si yo no lo he votado–, así como una «casta de políticos» no solo al servicio del mercado sino corruptos: «Para las próximas elecciones vota Alibabá, son solo 40 ladrones».

3.4. La relación con los medios y la creación de redes

Las relaciones con los medios de comunicación, marcadas por el rechazo a la manipulación mediática de los grandes grupos que controlan los medios actua-

les —«telemiente», «medios de manipulación masiva»—, se han caracterizado por la sensibilidad del movimiento a la información que del mismo se publica en la prensa, y en consecuencia por una continua vigilancia para poder rebatir o criticar la información en caso necesario. Así, se examina la prensa de todo signo político y muestra de ello es la mesa informativa en la que se encontraba cada mañana una ejemplar de cada periódico.

Lo que han entendido los medios de comunicación locales, «Ideal» y «Granada Hoy», sobre los mensajes de «Acampada Granada» se revela en una selección de información cuantitativamente centrada en los incidentes y en la tendencia a poner el énfasis sensacionalista en sucesos protagonizados por acciones concretas (la policía «desaloja» de la plaza a indignados cuando en realidad los desplaza cincuenta metros, la policía desaloja a los «okupas» de la Indiskreta, pequeño grupo colaborador logístico de la acampada). Ante estas situaciones se decide divulgar «los comunicados o notas de prensa» elaborados por la propia asamblea, aprobados por consenso, y publicados en la web *acampadagranada.org*, intentando que la voz de la propia asamblea respecto a estos y otros incidentes no sea tergiversada. El objetivo es dar cuenta e informar a los miembros de la asamblea y a la ciudadanía general pero, sin embargo, en gran parte de estas notas están motivadas por la contaminación que los medios más conservadores realizan a nivel nacional y, en menor medida, por la contaminación del grupo mediático nacional a los medios locales.

Asimismo, ante esta desconfianza frente a los medios tradicionales, la asamblea creó sus propios medios alternativos de información, en un intento de apropiarse de los medios para no ser reinterpretados: surgen el periódico *Ágora*, Granada TV *livestreaming* y un espacio radiofónico propio dentro del proyecto de radio comunitaria *Radio Plutón*. Y, especialmente, el gran despliegue de periodismo ciudadano canalizado a través de las diferentes redes sociales virtuales. Así responden: «No somos unos salvajes, no somos unos vagos, no somos miembros de ningún club de recuerdos, no somos una casta» (Nota de prensa 26 de mayo: Una semana de indignación: lo que no somos).

3.5. Jóvenes interactivos (e indignados)

Aunque destaca la presencia de jóvenes de entre 20 y 35 años, se valora la riqueza que ofrece el aprendizaje del intercambio generacional con sus debates y alianzas en torno a asuntos políticos y comunitarios. Hombres y mujeres que participaron de las protestas sociales de los años setenta junto a jóvenes, hijas e

hijos de la democracia: «Somos los hijos/as de la comodidad, pero no seremos los padres/madres del conformismo».

Dentro de esta pluralidad cabe destacar una gran presencia de clase media, que en una sociedad cada vez más polarizada entre clase baja y clase alta, está inmersa en un proceso de desclasamiento. Se tyrata de unas generaciones que ven cómo sus expectativas no llegan a cumplirse; la precariedad laboral y la escasez de puestos de trabajo impiden a muchos trabajadores acceder a puestos acordes a su formación; la adquisición de la vivienda es cada vez una posibilidad más lejana; y la pérdida de poder adquisitivo presiona a las familias —me sobra mes al final del sueldo—.

La juventud aprovecha su visibilidad y protagonismo para recuperar la denostada imagen que de ella se venía presentando en los medios de comunicación. Se contestan prejuicios como:

- «Generación nini»: generación ni ni. Ni me informo, ni me importa; ni PP, ni PSOE; sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo.

- «Juventud apática»: desconectada de la vida política la apatía se cura con rebeldía (Cartel Plaza del Carmen).

- Prejuicios asociados a una determinada estética «perroflauta»: Yo soy un perroflauta ¿Y qué? ¡Soy ciudadano también!; soy perroflauta porque la crisis me ha hecho así... (Cartel, acto de investidura del alcalde de Granada).

El abundante perfil de estudiante y de titulado universitario en paro ha hecho visible la presencia de una generación con un rico capital político y cultural pero sin espacio en el mercado laboral. Ha sido una de las expresiones de indignación de, posiblemente, la generación más formada de la historia que se encuentra en las condiciones laborales más precarias en relación con su nivel de estudios: «Te limpio el coche con mi título universitario». No puede olvidarse el creciente malestar que había comenzado a surgir ya en este colectivo antes del 15M descontento por la política neoliberal de la institución universitaria.

3.6. Plazas virtuales, conocimiento compartido y educación como proyecto político

Se presenta una política necesitada de pedagogía y reaparece la educación como un proyecto político en el que se toman decisiones como la construcción colectiva de conocimiento que va más allá de la mera transmisión de una selección de contenidos curriculares aparentemente asépticos.

En esta «escuela» de ciudadanía abierta, con un currículum emergente, se negocian y (re)construyen

conceptos como los de justicia social, legalidad, ética, violencia (física, simbólica y económica: «violencia es cobrar 600 euros»), libertad, derechos y deberes de la ciudadanía, y soberanía popular, usando para ello además del escenario físico, el virtual. «Escuela sin paredes», «escuela conectada» en la que jóvenes aprenden a través del lenguaje hipertextual, multisituado, y los canales múltiples y no lineales (re)construyen significados a través de la interactividad digital y presencial; significados que emergen del crisol de heterogeneidades que se encuentran en la Plaza del Carmen y las «plazas virtuales» de «#AcampadaGranada».

Defienden que el sentido pedagógico subyace en la horizontalidad de las relaciones, el tratamiento no simplificado y complejo de los problemas, el reconocimiento de ser sujetos activos e históricos, la propuesta de revolución interna y personal junto a la colectiva y social, la consideración de la importancia y lentitud de los nuevos aprendizajes, la admisión del sueño y la utopía como punto de referencia activo, el apoyo en las redes y las nuevas tecnologías que permiten un mayor protagonismo, el respeto a las minorías y consideración de sus opiniones, transgresores de lo convencional, el respeto a la legalidad y la reinterpretación de sus principios y leyes, la actitud crítica ante el papel de los sujetos políticos y económicos así como de sus medios de comunicación: La ley debería ajustarse a la ética y no al revés que es lo que parece que está pasando. En este escenario las palabras de Touraine (2009: 246) cobran sentido: Después de siglos de conquista del mundo por la razón, la técnica y las armas, hemos entrado en un espacio donde todos los caminos nos conducen hacia nosotros mismos, hacia esta construcción personal que se dedica sobre todo a reunir lo que un cierto racionalismo había disociado y contrapuesto.

Este aprendizaje propuesto aboga por la necesidad de desarrollar una cultura política basada en la consciencia y el conocimiento de la situación actual, un aprendizaje que no se base exclusivamente en las buenas intenciones ingenuas, que requiera de conteni-

dos y debate teórico sobre las condiciones socio-políticas y económicas. Las asambleas, los ciclos de reflexiones, el grupo de debate teórico, la escuela de filosofía —entre otros muchos grupos—, los carteles, los enlaces a documentales de temática variada, pero sobre todo el intercambio diario e informal, tanto virtual como directo, conforman una nueva forma de transmisión en red y construcción horizontal de un conocimiento político colectivo.

Las redes sociales virtuales, no exentas de intereses corporativos y empresariales que no son olvidados por las reflexiones de la asamblea, se presentan como herramientas paradójicas, que se tornan al mismo tiempo inclusivas y exclusivas: inclusivas puesto que permiten la participación de quienes no se atreven a hablar por la fuerte presión social de hablar en público y de quienes no disponen de todo el tiempo necesario para seguir presencialmente todas las dinámicas de la plaza; y excluyentes en tanto en cuanto las brechas digitales de acceso y uso de la Red aún persisten. Este proceso de alfabetización tecnológica se plantea como un proceso de aprendizaje a largo plazo necesario para alcanzar las posibilidades que ofrece una ¿utópica? e-democracia.

3.7. Redes sociales virtuales y relaciones de poder

Las redes sociales virtuales, no exentas de intereses corporativos y empresariales que no son olvidados por las reflexiones de la asamblea, se presentan como herramientas paradójicas, que se tornan al mismo tiempo inclusivas y exclusivas: inclusivas puesto que permiten la participación de quienes no se atreven a hablar por la fuerte presión social de hablar en público y de quienes no disponen de todo el tiempo necesario para seguir presencialmente todas las dinámicas de la plaza; y excluyentes en tanto en cuanto las brechas digitales de acceso y uso de la Red aún persisten. Este proceso de alfabetización tecnológica se plantea como un proceso de aprendizaje a largo plazo necesario para alcanzar las posibilidades que ofrece una ¿utópica? e-democracia (Lévy, 2004).

La idea de Internet como espacio para lo público se ve reflejada en las redes sociales virtuales que se convierten en canales de comunicación múltiples, y en ocasiones simultáneos, a través de los que se transmiten contenidos diferentes con finalidades comunicativas/activistas también distintas: los blog (blogspot y su posterior desarrollo –toma la calle– .org) y la propia construcción de la imagen virtual del movimiento, de la identidad virtual colectiva; Youtube para la extensión del movimiento a través de la difusión de vídeos de llamadas a la acción y de acciones previas; el microblogging inmediato y el lenguaje de los hipervínculos a referentes teóricos y pensamiento complejo de Twitter (denuncia de la situación general o de aspectos concretos de la misma, llamadas a las manifestaciones populares, extensión de consignas, propuestas de actuación real, propuestas técnicas para ayudar a resolver el conflicto, etc.); los post de Facebook menos inmediatos que los twitts y sus debates que van desde cuestiones políticas generales a las cuestiones de la vida política de la plaza (especialmente en los momentos críticos: moderación de la asamblea por el candidato a la alcaldía de izquierda anticapitalista y desalojo del CSO la Indiskreta), la wikipedia para la creación de una verdad sociopolítica del movimiento a través del crowdsourcing que incluye la visión no solo de las y los participantes en el mismo. Y el intento fallido del n-1, plataforma de software libre cuya filosofía coincide con la del movimiento, para la «élite mediática» que demostró la necesidad de alfabetización tecnológica, desterrando el mito de la NetGeneration.

4. Discusión y conclusiones

El uso de las TIC en #AcampadaGranada ha ido acompañando a las diferentes propuestas con la intención de multiplicar la capacidad del propio movimiento social, lo que ha exigido una exploración constante de nuevos medios o soportes, algunos de los cuales han chocado con la falta de habilidades adecuadas e incluso con las dificultades temporales o técnicas de conexión. Además, el acceso espontáneo y el papel jugado por las redes sociales virtuales ha enfatizado el apoyo e implicación de ciertos sectores dificultando la participación de otros y canalizando las propuestas y los discursos políticos que defendían la experimentación de la propia agencia cívica, lo que hubiera requerido un uso más democrático de las TIC.

Los rasgos de las demandas educativas en las asambleas y eslóganes públicos se corresponden con las características del cultivo de culturas cívicas, pues se produce el apoyo del movimiento a las escuelas y universidades como espacios de comunicación físicos

y crece la aspiración a la esfera pública virtual, tal como se evidencia en la creación de múltiples hashtags, cuyos contenidos apoyaban la redefinición de la democracia, el descubrimiento de formas renovadas de vivir el ethos, y una nueva educación como proceso político, caracterizado por la confianza en la participación colectiva y en la producción del conocimiento compartido.

Se ha asumido una visión más bien idealista del modelo educativo tradicionalmente que no ha permitido profundizar en los procesos educativos entendidos como escenario de intereses encontrados, de luchas de poder que oscilan entre el interés por el cambio social y el interés por la reproducción del status quo de la sociedad, y de la tensión entre la salvación escolar y la meritocracia (Martín-Criado, 2010). Sin embargo, ese análisis sí que se ha producido de manera más natural al valorar el papel de los medios tradicionales de comunicación sobre los que los acampados han realizado una especial vigilancia. En definitiva, se ha producido una heterogénea y desigual actitud colectiva en el uso de los medios.

La utilización mayoritaria de redes sociales comerciales con una finalidad activista ha demostrado, en este caso, que no es posible que los diseñadores puedan predecir los usos que la ciudadanía acaba dando a estos espacios comerciales predeterminados. Sin perder de vista los intereses económicos de este tipo de redes no se menosprecia la capacidad de la ciudadanía para emplearlas de una forma creativa y fructífera (Sádaba & Gordo, 2008) pese a la aprobación de la ley *Sinde-Wert* que motivó el surgimiento de #nolesvotes-, o del intento repetido de cortar la red wifi del Ayuntamiento empleada por los acampados, quienes reclamaron el uso de la misma cambiando su nombre a «vivalarevolución».

En cuanto al desarrollo de la asamblea y al perfil de sus componentes, se ha constatado un crisol de heterogeneidades que desborda la teoría de las «dos almas» defendida por Taibo (2011) en la que se admite la presencia tanto de «activistas de movimientos sociales previos» como de «jóvenes indignados». Y es que se ha verificado que las variedades ideológicas y discursivas van más allá de esta doble visión, y es precisamente esta pluralidad la que puede constituir la controversia que haga avanzar al movimiento hacia la deliberación y la búsqueda de consensos en ocasiones complicadas. Por otro lado, la condición de presencialidad de las asambleas y la naturaleza situada de la acampada ha producido efectos desiguales en las posibilidades de participación de algunos sectores sociales. La propuesta insistente del uso de las TIC ha conec-

tado a sectores predispuestos y con condiciones profesionales, domésticas, geográficas y de tiempo para implicarse.

Cuestiones como la legitimidad y autoridad de Gobiernos e instituciones públicas han sido igualmente cuestionadas y revisadas: algunas leyes han sido respetadas mientras otras han sido contestadas en base a un concepto de justicia social considerado prioritario. Precisamente en esta misma línea apunta Guttman (2001) al reflexionar en torno a la educación democrática, porque considera que para lograr el ideal democrático de una soberanía política compartida no solo es necesario comportarse de acuerdo a la autoridad sino también aprender a pensar críticamente sobre ella. Y, precisamente en esa búsqueda de la autonomía, plazas, escuelas y espacios públicos virtuales son lugares privilegiados para la deliberación y búsqueda de consensos, lugares propicios para convertirse en espacios abiertos donde desarrollar la agencia política y experimentar la ciudadanía.

Los conceptos de democracia, ciudadanía, educación, información, comunicación y política del discurso dominante han sido cuestionados por los indignados, porque proponen en sus prácticas su ampliación y extensión para poder reconstruir, de una manera más pública, una visión educativa y política renovada acorde con la sociedad actual y a sus posibilidades de información y comunicación. En cierto sentido, señalan en su discurso algunos supuestos comunes dirigidos hacia una política de las relaciones diarias y cotidianas y no solo de las grandes decisiones; hacia las políticas lifestyle (Bennet, 1998) donde se amplía el espacio de lo decible y se modifican las condiciones formales de participación (Moreno-Pestaña, 2011); hacia una política donde la división entre lo público y lo privado se desvanece, propia de un mundo interconectado que se desarrolla en la esfera offline y online, que conjuga acciones del aquí y el ahora de un momento presente que no puede esperar a procesos deliberativos necesariamente lentos y meditados en la inmediatez del posmodernismo, una política capaz de mostrar una indignación profunda e informada a través de acciones creativas y que utiliza un lenguaje irónico, en clave de comedia, como forma de caricaturizar el sinsentido al tiempo que se expresan significados profundos.

Y, precisamente en esa búsqueda imperfecta de la autonomía, analizada la experiencia de los acampados del caso, se puede afirmar que plazas, escuelas y escenarios digitales aparecen como lugares privilegiados

para la deliberación y búsqueda de consensos entre los jóvenes; junto al espacio público digital se han señalado espacios abiertos donde ensayar la agencia política, experimentar la democracia, aprender a pensar de forma autónoma ante decisiones controvertidas a comunicarse, a disentir de la autoridad, y a construir un nuevo modelo de aprendizaje colectivo compartido.

Notas

¹ www.ideal.es/granada/v/20110516/granada/personas-toman-calles-granada-20110516.html.

² Consenso de mínimos y mecanismos para llevarlos a cabo: <http://acampadagranada.org/minimos>.

Apoyos

Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y aprobado en la convocatoria de 2010 para la realización de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada, «La ciudadanía en los nuevos escenarios digitales y escolares: relaciones e implicaciones en el alumnado de la Educación Secundaria Obligatoria».

Referencias

- BENNET, L.W. (1998). The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics. *Political Science and Politics*. 31: 4, 740-761.
- DAHLGREN, P. & OLSSON, T. (2008). Facilitating Political Participation: Young Citizens, Internet and Civic Cultures. In K. DROTNER & S. LIVINGSTONE (Eds.), *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London: Sage.
- DAHLGREN, P. (2011). Jóvenes y participación política Los medios en la Red y la cultura cívica. *Telos*, 89, 12-22.
- GUTMANN, A. (2001). *La educación democrática: una teoría política de la educación*. Barcelona: Paidós.
- KELLNER, D. (2011). *Cultura mediática: Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid: Akal.
- LEVY, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. (<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>) (26-04-2012).
- DROTNER, K. & LIVINGSTONE, S. (Eds.) (2008). *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London: Sage.
- MARTÍN-CRIADO, E. (2010). *La escuela sin funciones. Crítica de la sociología de la educación crítica*. Barcelona: Bellaterra.
- MORALES, S., ÁLVAREZ, A. Y LOYOLA, M.I. (2011). Apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación e interactividad juvenil: realidades y desafíos. In E. MARTÍNEZ. & C. MARTA (Eds.), *Jóvenes interactivos. Nuevos modos de comunicarse*. A Coruña: Netbiblo.
- MORENO-PESTAÑA, J.L. (2011). *Foucault y la política*. Madrid: Tierradenadie.
- SÁDABA, I. & GORDO, Á.J. (Coords.) (2008). *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: Catarata.
- SIMON, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Madrid: Morata.
- STAKE, R.E. (2007). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- TAIBO, C. (2011). *El 15-M en sesenta preguntas*. Madrid: Catarata.
- TOURAINÉ, A. (2009). *La mirada social*. Barcelona: Paidós.