



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: No fue magia : tic y nuevas formas de participación política : la irrupción de Resistiendo con Aguante en el contexto del balotaje presidencial de 2015

Autores (en el caso de tesis y directores):

Federico Bauso Beltrán

Christian Dodaro, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2018

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Universidad de Buenos Aires | Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación

No fue Magia

TIC y nuevas formas de participación política

La irrupción de *Resistiendo con Aguante* en el contexto del balotaje presidencial de 2015

-Tesina de licenciatura-

Alumno: Federico Bauso Beltrán

DNI: 29.985.687

e-mail: fedebauso@gmail.com | fede_bauso@hotmail.com

Tutor: Christian Dodaro

Octubre de 2017

Agradecimientos

A Noelia y Tania, que sin conocerse funcionaron como un selecto dúo dinámico.

A Susana, que con su trato cotidiano se transformó en el mejor objeto de estudio.

A Mónica, que acompañó la gestación del acontecimiento.

Índice

AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE	3
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I	11
1.1. DEL FUEGO AL CÓDIGO BINARIO	11
1.2. LAS REDES: NUEVOS ESCENARIOS DE LUCHA.....	19
1.3. CLICS MODERNOS: “FUIMOS EL 49% PORQUE LA GENTE DE A PIE SALIÓ A ACHICAR LA DIFERENCIA”	23
CAPÍTULO II	29
2.1. “SOMOS CIUDADANOS COMUNES Y CORRIENTES”	29
CAPÍTULO 3	38
3.1. INTERNET Y PLATAFORMA FACEBOOK: MUTACIÓN, CONVERGENCIA Y CONTROL....	38
3.2. PARTICIPACIÓN: DEL “ME GUSTA” A LAS PLAZAS Y ESTACIONES	42
CAPITULO IV	50
4.1. “NO FUE MAGIA”: EL IMPACTO ELECTORAL DE RCA.	50
4.2. REFLEXIONES FINALES	55
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXO	66

Introducción

El 25 de octubre del 2015 se celebraron elecciones nacionales para definir a los nuevos Presidente y Vicepresidente de la República Argentina. En los días previos al domingo electoral, Daniel Scioli, postulante presidencial del oficialista Frente para la Victoria (FpV)¹, se avizoraba como ganador en primera vuelta electoral ya que, según los sondeos de opinión², su intención de voto le otorgaba más de diez puntos de ventaja sobre el contendiente más próximo, Mauricio Macri, candidato de la alianza Cambiemos³ y jefe de Gobierno porteño. Con estos datos especulaban, por aquellos días, consultoras como Rouvier o Haime⁴. A su vez, incidía, también, la figura de quien las encuestas ubicaban en tercer lugar en la contienda electoral: Sergio Massa, ex funcionario del gobierno del FpV, intendente de Tigre, líder del Frente Renovador (FR) y referente de Unión por Una Nueva Alternativa (UNA)⁵.

Como en otras coyunturas, la expectativa en torno al desarrollo del balotaje dependía del color político de quien la emitiera⁶⁷ lo que no era variable de cambio, en

1 Frente integrado, a nivel nacional, por: Partido Justicialista, Partido Intransigente, Partido Federal, Partido Comunista, Partido Solidario, Encuentro por la Democracia y la Equidad, Partido Humanista, Partido Frente Grande, Partido de la Victoria, Kolina, Partido de la Concertación Forja, Frente H.A.C.E.R por el Progreso Social, Partido por la Soberanía Popular (Jujuy).

2 Registro de Empresas de Encuestas y Sondeos de Opinión (2017). Poder Judicial de la Nación Argentina. Recuperado de: <https://www.pjn.gov.ar/cne/sistemaencuestas/publico.php>

3 Alianza integrada, a nivel nacional, por: Unión Cívica Radical, Partido Demócrata Progresista, Partido Conservador Popular, Coalición Cívica – Afirmación para una República Igualitaria (ARI), Propuesta Republicana (PRO), Partido Fe, Partido del Diálogo.

4 A un mes de las elecciones: ¿qué dicen las encuestas? (27 de septiembre, 2015) El Destape Web. Recuperado de: <http://www.eldestapeweb.com/a-un-mes-las-elecciones-que-dicen-las-encuestas-n10489>

5 Espacio integrado, a nivel nacional, por: Partido Unión Celeste y Blanco, Partido Tercera Posición (P3P), Partido Renovador Federal, Compromiso y Esfuerzo para el Triunfo (Formosa), Partido Blanco de los Trabajadores (Jujuy), Gana Jujuy (Jujuy), Pueblo Nuevo (La Pampa), Partido Identidad Salteña (Salta), Producción y Trabajo (San Juan), Encuentro Ciudadano (Santa Cruz), Unión por la Libertad (Santiago del Estero), Frente Renovador Auténtico (Tierra del Fuego), Partido Frente Renovador Auténtico (Tucumán), Movimiento de Integración y Desarrollo, Partido Demócrata Cristiano, Unión Popular, Movimiento Nacionalista Constitucional UNIR.

6 Últimas encuestas presidenciales: balotaje 3 vs. primera vuelta 1 (31 de agosto de 2015). Argentina. Clarín.com. Recuperado de http://www.clarin.com/politica/Elecciones_2015-encuestas-Macri-Massa-Scioli_0_1422457924.html

7 Resulta interesante recuperar los aportes de Pierre Bourdieu sobre la inexistencia de la opinión pública. En relación con el contexto analizado, la distancia entre la medición y la práctica efectiva de la elección es el indicio del carácter socialmente construido de la opinión. El sociólogo francés sostiene que la

ese contexto, fue lo que sucedió: el FpV obtuvo menos votos de lo que se esperaba en las generales (37% contra un 34% de la alianza Cambiemos) y, para ordenar la perspectiva, fue derrotado en la provincia de Buenos Aires, histórico bastión peronista y distrito gobernado, los anteriores ocho años, por el aspirante presidencial del FpV; a manos de Cambiemos y la figura de la hasta ese entonces vicejefa porteña de Macri, María Eugenia Vidal -“Mariu” o “Heidi” según quien la refiriera-.

Hay múltiples aspectos a la hora de caracterizar una coyuntura pasada y vivida. Si bien los datos numéricos se pueden entamar, es válido, también, recuperar ciertas subjetividades de ese contexto para entender en qué situación, en qué condiciones, irrumpen fenómenos sociales novedosos.

El 26 de octubre, el matutino Clarín –antagonista explícito del FpV y su conductora, Cristina Fernández de Kirchner⁸-, titulaba “Sorpresas: Scioli y Macri van parejos al balotaje y ganó Vidal”. La Nación, periódico de la familia Mitre e históricamente alineado con la derecha conservadora, consignaba “Hay ballottage: una gran elección de Macri golpeó al oficialismo”. Por su parte, el medio afín al FpV, Página 12⁹, titulaba “Dos países” con la fotografía enfrentada de Scioli y Macri. Particularmente, esta última lectura es la que da continuidad a la estrategia de campaña

opinión pública es un artefacto, cuya función es disimular que el estado de la opinión, en un momento dado, es un sistema de fuerzas, de tensiones desigualmente distribuidas. En rigor, Bourdieu critica los procedimientos de la encuesta de opinión, ya que asumen presupuestos implícitos que requieren cuestionarse: 1. que todo el mundo puede tener una opinión (sentimiento ingenuamente democrático); 2. que todas las opiniones tienen el mismo peso, y 3. que hay un acuerdo sobre las preguntas que vale la pena plantear. Para Bourdieu, en las situaciones reales las opiniones son fuerzas, y las relaciones entre opiniones son conflictos de fuerza entre los grupos. “(...) he querido decir que la opinión pública no existe, al menos bajo la forma que le atribuyen los que tienen interés en afirmar su existencia. He dicho que existen, por una parte, opiniones constituidas, movilizadas, de grupos de presión movilizados en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados; y, por otra, disposiciones que, por definición, no son opinión si se entiende por tal, como he hecho a lo largo de todo este análisis, algo que puede formularse discursivamente con una cierta pretensión a la coherencia. Esta definición de opinión no es mi opinión sobre la opinión” (Bourdieu, 1990, p. 179)

8 Tras una primera época de entendimiento entre Néstor Kirchner y el Grupo Clarín en la que el gobierno nacional favoreció al grupo con extensión de licencias y beneficios como la autorización de la fusión entre la cableoperadora Cablevisión y Multicanal con la que el multimedio “potenció su dominio en el mercado” (Wainfeld, 2016, p. 279) la relación se antagonizó a partir del rol de los medios de Clarín en el conflicto, ya en presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, por las retenciones móviles al sector agro exportador (2008), primero, y la sanción de la ley de servicios de comunicación audiovisual (2009), después.

9 Periódico fundado en 1987 por Ernesto Tiffenberg y Jorge Lanta, de tendencia progresista y con eje en los derechos humanos, fruto del contexto de surgimiento.

del FpV (evocación de una épica por enfrentamiento de dos modelos de país, continuidad del proyecto nacional y popular frente a la amenaza neoliberal, noventista y empresaria, encarnada en Macri) y la que funciona como llamado de atención y movilización para los que luego serán considerados los “empoderados” –instancia intermedia entre la militancia orgánica y quienes fueran simpatizantes del kirchnerismo– por el proyecto de gobierno de Néstor y Cristina Kirchner (CFK)¹⁰ en el marco de una democracia entendida como ampliación de derechos (Rinesi, 2016)

El resultado era “inesperado”, “una diferencia mucho menor que la de las PASO (Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias) y de la que pronosticaban todas las encuestas”¹¹. La angustia entre los sectores que, más que apoyar al FpV, temían el triunfo del “empresario de la política”¹² era incontenible.

“El resultado fue sorpresivo y rotundo. Cambia irrevocablemente el tablero político, pase lo que pase el 22 de noviembre. Dos batacazos hubo ayer, desafiando a las encuestas y a los pronósticos: en la Nación y en la provincia de Buenos Aires”¹³.

En este contexto, el 26 de octubre, surge, a partir de la iniciativa de Tita Ayan en San Martín de los Andes –provincia de Neuquén-, un grupo “secreto” en Facebook denominado Resistiendo Con Aguante (RCA) “como forma de reunir allí esas conversaciones con sus amigos y como un modo de 'sentir que hacía algo' frente a su desesperación” (Ferraudi, Pinedo y Welschinger, 2017, p. 102). Interrogada –para este trabajo- sobre los orígenes del grupo, Ayan, rememora que lo hizo:

“al otro día de que perdimos, o sea, ‘perdimos’, en las elecciones antes de ir al balotaje, las primarias, que habían sido malísimos los resultados; lo hice al otro día a la mañana, invite amigos de San Martín (n. de e. San Martín de los Andes) y algunos de Buenos Aires. Creo que éramos treinta en total. Cada uno podía ir sumando a otro. Así empezó. Y se empezó a agrandar, y agrandar, y agrandar. Los primeros días era de a

10 Posteo de Twitter de Cristina Fernández de Kirchner del 22 de noviembre de 2015: “A toda esta parte de la sociedad que se ha movilizado ¿Sabés que son? Son los empoderados”. Recuperado de <https://twitter.com/CFKArgentina/status/668512542512324608>.

11 Cibeira, Fernando (26 de octubre 2015). Scioli ganó por poco y va al ballottage con Macri. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-284701-2015-10-26.html>

12 Pertot, Werner (26 de octubre de 2015). Un empresario de la política. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/subnotas/284688-75029-2015-10-26.html>

13 Wainfeld, Mario (26 de octubre de 2015). Grandes cambios y una experiencia inédita. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-284700-2015-10-26.html>

cien, a la semana de a diez mil; ya el último día era cien mil, fue como muy...no sé, ante la desesperación de salir a hacer algo”¹⁴.

Los integrantes de RCA se proponen la cruzada de revertir lo que los pronósticos comienzan a enunciar: el triunfo de Macri en el balotaje. Así, a unos días de su aparición y sumando amigos de amigos (en la plataforma) el espacio se masifica, empieza a discutir y a proponerse estrategias de campaña, de “micro militancia”¹⁵ cotidiana, para revertir lo que parece inexorable. “Gente común” que busca “convencer indecisos”¹⁶ en favor del modelo Nacional y Popular –identificado con el kirchnerismo-.

El colectivo pasará a concebirse como “autoconvocado” o, en palabras de CFK, “empoderados” (a quien la Presidenta les brinda su “afecto” y les reconoce el “aguante”, véase Figura 1), y a celebrar su espontaneísmo y su lugar de “gente común” en complemento, o por oposición no necesariamente refractaria, al militante orgánico que se encontró, en ese contexto, asimilando el golpe de un resultado adverso tras una campaña desorientada y contradictoria¹⁷, con estructuras político-partidarias sin una estrategia clara para triunfar en el balotaje que se avecinaba.

14 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

15 Estas estrategias concebidas como “micro militancia” serán compendiadas, a posterior, en un manual que circuló por las RR. SS. Llamado Técnicas de resistencia activa-micromilitancia (Enero 2016). Recuperado de http://www.lapoliticaonline.com/files/content/95/95301/TECNICAS_DE_RESISTENCIA_ACTIVIA_2.pdf (Anexo 3)

16 Nota de prensa de Resistiendo con Aguante (Anexo 1).

17 Alejandro Grimson (2015a) dirá que la campaña del FpV tuvo un perfil “no sólo confuso, sino contradictorio”.



Figura 1. Cuenta de Twitter de Eduardo de Pedro, ex secretario general de la Presidencia y referente de la organización La Cámpora publica fotografía de CFK con cartel dedicado al grupo RCA.

Entonces, RCA “nació de un simple grupo de FB creado por una persona sin militancia especial, más allá de sus opiniones personales, que luego del resultado del 25-octubre decidió con sus amigos dialogar argumentos con el único objetivo de salir a "convencer indecisos" en favor del modelo Nacional y Popular”¹⁸.

El grupo tuvo una actividad intensa y clave en el período que va desde las elecciones generales del 25 de octubre de 2015 al balotaje del 22 de noviembre del mismo año. En ese espacio de encuentro virtual -mediado por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se gestó un nosotros, una identidad “Resistiendo con Aguante”, de la que son parte representantes de diferentes segmentos de clase y con diversos consumos culturales. A su vez, este grupo de Facebook no sólo se constituyó en un ámbito catártico frente a una realidad que era hostil¹⁹ sino, también, se instituyó

18 Anexo I y “Resistiendo con Aguante”, el fenómeno K en Facebook (2 de diciembre de 2015). El Destape Web. Recuperado de <http://www.eldestapeweb.com/resistiendo-aguante-el-fenomeno-k-facebook-n12743>

19 “Encarar una elección a presidente con una subestimación profunda del adversario provocó, al conocerse los primeros resultados, ese mismo domingo 25, un sacudón difícil de describir para los militantes del Frente para la Victoria. Llanto, tristeza, bronca, impotencia, aunque la diferencia entre el primero y el segundo fuera sólo de casi tres puntos. Mientras los seguidores de Mauricio Macri

en tanto fenómeno con potencia de cambio. Y, de allí, se vislumbraron diferentes sucesos de campaña con el objetivo de “convencer indecisos”, “resistir al neoliberalismo” y demostrar que “no fue magia”²⁰ ni azar lo logrado durante la “década ganada”²¹.

A partir de esto, como irrupción macro en el marco de una miríada de ejemplos que vinculan nuevas tecnologías con la participación política, surge un interrogante que articula esta tesina: ¿representan las TIC un nuevo camino por el que discurre la participación ciudadana y la práctica política?

Consideramos que las elecciones presidenciales de 2015 se destacaron en Argentina por evidenciar algo que se venía insinuando en la opinión pública y el campo -en términos bourdieanos- político local: el impacto de las redes sociales (RR. SS.). La llamada política 2.0²² se hizo explícita sin diferenciar estructura partidaria ni referencia ideológica.

En este sentido, algunos autores plantean que la alianza Cambiemos, en las elecciones de 2015, privilegió una campaña que articulaba RR. SS. (por parte del PRO) con la estructura territorial tradicional de la Unión Cívica Radical (UCR) y, de esta forma, tuvo un desarrollo parejo en ambos espacios. Según indican, el FpV evidenció más dificultades a la hora de *aggionarse* y encarar las tareas de una campaña 2.0. En este sentido, se plantea que “fue generalizada la ausencia digital de los principales dirigentes del espacio” (Clerici, Cruz, Goyburu, 2017, p15). En relación, César Gazzo Huck, consultor en nuevas tecnologías y jefe de la campaña digital #ScioliPresidente, da cuenta cómo la cultura organizacional del Partido Justicialista (PJ) –epicentro del FpV-, “más anclada en lo territorial que en ‘lo digital’, hizo que las plataformas web fueran en

festejaban, no menos sorprendidos. Con el correr de las horas, todos esos sentimientos empezaron a transformarse para los seguidores de Daniel Scioli en energía, en ganas de reunirse, de estar juntos, de contenerse, de ganar la calle para salir a convencer a los indecisos, a los que votaron a otro candidato, a los que aún piensan votar en blanco” (Moreno, 2015).

20 "No fue magia", la frase de la Presidenta que una diputada ultra-K se tatuó en la espalda (13 de octubre de 2015). La Nación. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1836037-no-fue-magia-la-frase-de-la-presidenta-que-una-diputada-ultra-k-se-tatuo-en-la-espalda>

21 Título adoptado por el gobierno de CFK para hacer referencia a la década que va del 2003 al 2013.

22 Constituye la forma contemporánea de hacer política en las plataformas web y las redes sociales. El campo político tradicional se encuentra con nuevas dinámicas de participación, interacción y contacto directo que trastocan los métodos clásicos -modernos- de campaña y difusión.

muchos casos dejadas de lado o utilizadas como último recurso; redes como creaciones *ad hoc* para apoyar acciones que estaban sucediendo en otros espacios”²³. Gazzo Huk afirma que a veces lo llamaban “para que saliera a pintar paredes. Pero cuando viajamos en tren, no miramos el paredón con pintadas: miramos el celular”²⁴.

Siguiendo al sociólogo español Manuel Castells, consideramos que la irrupción de los espacios virtuales en la arena política “no quiere decir que desaparezcan las ciudades, ni que la interacción cara a cara sea una reliquia del pasado”. Al contrario: “cuanta más comunicación existe en el espacio electrónico, más afirman las personas su propia cultura y experiencia en sus localidades” (Castells, 2006, p59).

Para ello, nos preguntamos sobre qué elementos definen la identidad del grupo RCA, con quién interlocutan y a quién construyen como su alter político u antagonista (Capítulo 2); qué rasgos adquiere la participación política en la sociedades, en general, y en el contexto argentino del balotaje 2015, en particular; y qué prácticas se vehiculizan (Capítulo 3). A partir de este recorrido, haremos una contribución al debate sobre los efectos que produjo el accionar político del grupo RCA en la campaña y los resultados electorales (Capítulo 4).

El presente trabajo propone un abordaje descriptivo y analítico considerando el carácter novedoso del fenómeno a estudiar y la vigencia de los debates teóricos sobre TIC y participación política. El desarrollo de esta tesina se llevará a cabo mediante el análisis de información cuantitativa y cualitativa. Las fuentes de información cuantitativa serán medios gráficos, portales web, páginas web oficiales de organismos de la administración pública y consultoras de opinión pública. Entre las herramientas a utilizar para la recolección de la información cualitativa, mencionamos: el registro narrativo, la observación participante y la entrevista. Entonces, ese corpus será atravesado a partir de la relación entre lo cuantitativo y lo cualitativo, con preponderancia del segundo.

Del mismo modo, se articulará la reconstrucción de las condiciones coyunturales –con referencia, también, a otras coyunturas históricas- en cuyo escenario RCA despliega sus prácticas, considerando que los discursos y haceres se asientan y juegan

23 La campaña en las redes (8 de abril de 2016). Bastión Digital. Recuperado de <http://ar.bastiondigital.com/notas/la-campana-en-las-redes>

24 Ibid.

un papel en los procesos históricos concretos concentrando modos de vivir y comprender dicha situación, así como horizontes de sentido en los que tienden a inscribirse.

A su vez, para poder reflexionar sobre el objeto de estudio se utilizó la etnografía virtual o netografía concebida por Christine Hine (2004). Así, sumergirnos en los discursos, imaginarios y prácticas, de los miembros de RCA en Facebook nos ha servido para fundar nuestro análisis y trazar hipótesis. En este sentido, la autora, como método de su propio trabajo etnográfico, consigna que:

“la elección de un evento mediático para estructurar el objeto etnográfico, el uso de motores de búsqueda por Internet para conformar en gran medida tal objeto, y la dependencia que establecí con las interacciones online a expensas del compromiso etnográfico con el universo *offline*, contribuyeron a la parcialidad de estos resultados” (Hine, 2004, p. 189).

Nos resulta interesante combinar (recuperando cierto ludismo) el contexto histórico con las publicaciones aparecidas en RCA. Así, veremos que muchas de las afirmaciones sostenidas en el presente escrito estarán ancladas en una mixtura entre publicaciones de miembros del grupo, dichos de su creadora, notas periodistas, afirmaciones teóricas y reposiciones de coyuntura. De esta forma, podremos dar cuenta de una multiplicidad de tonalidades relativas a la circunstancia del balotaje, las sensaciones gestadas, las referencias identitarias y las formas de participación.

Capítulo I

1.1. Del fuego al código binario

Corifeo: ¿Y ahora los efímeros tienen el fuego resplandeciente?

Prometeo: Por él aprenderán muchas artes.

Prometeo encadenado, Esquilo

Cantaremos a las grandes multitudes que el trabajo agita, por el placer o por la revuelta: cantaremos a las mareas multicolores y polifónicas de las revoluciones en las capitales modernas; cantaremos al febril fervor nocturno de los arsenales y de los astilleros incendiados por violentas lunas eléctricas; a las estaciones ávidas devoradoras de serpientes que humean, en las fábricas colgadas en las nubes por los hilos de sus humaredas; en los puentes parecidos a gimnastas gigantes que salvan los ríos brillando al sol como cuchillos centelleantes; en los barcos de vapor aventureros que olfatean el horizonte, las locomotoras de ancho pecho que piafan en los raíles como enormes caballos de acero embridados con tubos, y el vuelo deslizante de los aeroplanos, cuya hélice ondea al viento como una bandera y parece aplaudir como una muchedumbre entusiasta.

Manifiesto futurista, Filippo Marinetti (1908)

La hipertrofia de la dimensión comunicacional (Pérez Tornero: 2000) que se evidencia hoy día tiene raíces divergentes y profundas, lazos que se remontan al comienzo mismo de la variedad sapiens de los homínidos. Es el fotograma del antepasado empuñando un hueso, como arma o herramienta, de la película *2001: A Space Odyssey* de Stanley Kubrick²⁵. Es el desarrollo de la técnica a lo largo de la historia.

²⁵ Kubrick, Stanley (1968). *2001: A Space Odyssey*. Estados Unidos, Reino Unido: Metro-Goldwyn-Mayer.

Más acá, son las múltiples tendencias que gestan la Modernidad, la Ilustración, como patrón socio-cultural y al industrialismo -y la metáfora mecánica- como signo de desarrollo; una era de revolución (Hobsbawn, 2009) que vehiculiza la transición del feudalismo al capitalismo como modelo de producción y el pasaje de la sociedad estamental a la de clases, en Occidente. Vocación de totalidad, promoción de lo estandarizado y expulsión de lo distinto. Más aún, una violencia que hace que todo resulte intercambiable, comparable y, por lo tanto, igual (Han, 2017). Fe ciega en el progreso de la humanidad como ley fundamental asentada en el conocimiento. Siguiendo al marqués Nicolás de Condorcet, la “esperanza en el porvenir de la especie humana puede reducirse a tres puntos importantes: la destrucción de la desigualdad entre las naciones, los progresos de la igualdad dentro de un mismo pueblo, y, en fin, el perfeccionamiento real del hombre.” (Condorcet, 1980, p. 225).

Noción de desarrollo, avance *sine qua non* de la especie que será analizada y puesta en discusión por los teóricos críticos de Frankfurt. Walter Benjamin, en su tesis nueve sobre el concepto de la Historia, recordará el cuadro *Angelus Novus* de Paul Klee y argüirá que:

“se ve en él a un Ángel al parecer en el momento de alejarse de algo sobre lo cual clava su mirada. Tiene los ojos descajados, la boca abierta y las alas tendidas. El ángel de la Historia debe tener ese aspecto. Su cara está vuelta hacia el pasado. En lo que para nosotros aparece como una cadena de acontecimientos, él ve una catástrofe única, que acumula sin cesar ruina sobre ruina y se las arroja a sus pies. El ángel quisiera detenerse, despertar a los muertos y recomponer lo despedazado. Pero una tormenta desciende del Paraíso y se arremolina en sus alas y es tan fuerte que el ángel no puede plegarlas. Esta tempestad lo arrastra irresistiblemente hacia el futuro, al cual vuelve las espaldas mientras el cúmulo de ruinas sube ante él hacia el cielo. Tal tempestad es lo que llamamos progreso” (Benjamin, 2007, p29).

Eric Hobsbawn compone, a modo de interrogante, la crisis en torno a la noción de progreso que se gesta en la primera posguerra: “¿adónde se dirigía la humanidad después de 1914, en lo que parecían ser las ruinas irreparables del mundo decimonónico, en medio de guerras, revoluciones y desastres económicos?” (Hobsbawn, 2013, p. 173). Para él el “templo del progreso” se seguirá sosteniendo sobre tres pilares: el avance de

la ciencia, el capitalismo estadounidense y, para la Europa devastada y los países periféricos, “la esperanza de lo que podría traer la Revolución Rusa” (Hobsbawn, 2013, p. 174). El horizonte se angostó y lo que se planteaba como potencia devino, en términos técnicos, en falsa dicotomía: capitalismo racionalizado o planificación estatal soviética.

Transitada la segunda postguerra del siglo XX, Herbert Marcuse, dando continuidad a Benjamin, partirá de las sociedades industriales avanzadas (“sociedades no-libres”) para denunciar que, en ellas, el aparato productivo tiende a hacerse totalitario “en el grado en que determina, no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las aspiraciones y necesidades individuales”. Indicará que las tecnologías -así como la cultura de masas- servían para instituir “formas de control social y de cohesión social más efectivas y más agradables” (Marcuse, 1985, p. 27) y que el socialismo marxiano no representaba la negación del capitalismo por estar, su autor, muy ligado al concepto de continuo progreso (Marcuse: 1969). En relación, Paula Sibilia en *El hombre postorgánico*, y desde la perspectiva foucaultiana, afirma que han sido las sociedades capitalistas occidentales, con tres siglos de antigüedad, las que desarrollaron el abanico más amplio de técnicas para modelar cuerpos y subjetividades y que hoy, en la llamada “sociedad de la información”, estos influjos tienden a profundizarse (Sibilia, 2005).

“De casa al trabajo y del trabajo a casa”²⁶. Se sustrae de lo antedicho una situación transicional o de cambio ¿De dónde venimos? Trasvasamiento de una sociedad industrial cuyos mecanismos de poder y saber modelaban cuerpos y subjetividades a partir de técnicas disciplinarias (arquitectura panóptica, la técnica de la confesión, la reglamentación del tiempo, etc.) administradas por un conjunto de instituciones de “encierro” (fábricas, escuelas, hospitales, prisiones, etc.) con la finalidad de sujetar a los sujetos a la norma mediante su autodomínio y configurando ciertas formas de ser mientras se restringían otras. Tecnologías de biopoder sobre las poblaciones (medurables mediante la estadística) y de anatomopolítica sobre los cuerpos dóciles y útiles que

26 Perón, Juan Domingo (10 de octubre de 1945). Discurso de despedida de la Secretaría de Trabajo y Previsión. Recuperado de http://www.elhistoriador.com.ar/documentos/ascenso_y_auge_del_peronismo/discurso_de_despedida_de_la_secretaria_de_trabajo_y_prevision.php

alimentaban la producción fabril y permitían la gestión calculada de la vida (Foucault, 2002).

Esta forma de organización social que venimos componiendo desde sus diferentes líneas directrices, que surgió en Occidente cuando finalizaba el s. XVIII, se desarrolló a lo largo del s. XIX y alcanzó su apogeo en la primera mitad del s. XX; comenzó a mutar hacia un nuevo tipo de capitalismo -transición que se acelera luego de la crisis económica de 1973- , postindustrial y globalizado. Un proceso “que tiende a la virtualización del dinero (y) parece desembocar de manera triunfante en Internet, la red mundial de computadoras” (Sibilia, 2005, p. 21). En su fase transnacionalizada, en última instancia, es el pasaje del yuppie de Wall Street - Gordon Gekko²⁷- al emprendedorismo de Silicon Valley como paradigma del éxito (Steve Jobs, Bill Gates o, más acá, Marcos Galperin, CEO de Mercado Libre; el *self-made* que, a partir de una idea, funda una corporación). La primacía del *management*, el *coaching* y el ludismo en el ámbito laboral (Han, 2014). Un devenir en el que -como señala Deleuze en *Posdata sobre las sociedades de control*- el alma de la empresa reemplaza al producto, los servicios a la producción, y el marketing, la publicidad y el diseño, las disciplinas de la comunicación (Deleuze, 1990); los nuevos *dioses americanos*²⁸ que modulan los cuerpos y subjetividades del siglo XXI.

Como señala Naomi Klein en *No Logo* (2002):

“el antiguo paradigma era que todo el marketing consiste en la venta de productos. En el nuevo modelo, el producto siempre es secundario respecto al producto real, que es la marca, y la venta de la marca integra un nuevo componente que sólo se puede denominar espiritual. La publicidad es la caza de productos. La construcción de las marcas, en sus personificaciones más auténticas y avanzadas, es la trascendencia de la empresa (...) la marca como experiencia, como estilo de vida.” (p. 49).

27 Wall Street, película de Oliver Stone de 1987 en la que se refleja la dinámica de Wall Street y sus agentes en el contexto del auge del capital financiero mundializado. “*La cosa más valiosa del mundo es la información, ¿no te parece?*”, dirá el inversionista Gekko. Pressman, Edward (productor) y Stone, Oliver (director) (1987). Wall Street. Estados Unidos.

28 Referencia a la novela de Neil Gaiman, *American Gods*, en la que los viejos dioses, comandados por Odín, entablan una guerra contra las nuevas deidades, manifestaciones de la tecnología moderna.

Intervalo. En continuidad con lo antedicho, cabe destacar que se demuestra fundamental historizar y rastrear las nociones en torno al rol social de la tecnología y el desarrollo para reflexionar no sólo sobre la ubicuidad contemporánea de las TIC y su impacto (Burbules: 2008) sino, también, sobre la legitimidad que las enviste (Galarza, 2006). Para esto, a su vez, deberemos delimitar algunos rasgos de la sociedad contemporánea que, a todas luces, se evidencia diferente de la industrial, reconvirtiendo paradigmas y lineamientos modernos y articulando nuevas lógicas y relaciones, sin caer en perspectivas integradas pero, tampoco, apocalípticas. Develar las ficciones-maestras (Tiqun, 2016) que modulan (Deleuze, 1990) nuestros cuerpos y subjetividades.

A su vez, se plantea importante explicitar que entendemos que los usos y desarrollos en el campo de las tecnologías están determinados por el devenir socioeconómico y no, como señalan algunos autores, por factores intrínsecos a ellas, elementos que las tornarían ingobernables. No concebimos una tecnología autónoma que, siguiendo sus propias leyes, se desarrolle con independencia de procesos históricos encarnados (Diéguez, 2005). En relación con nuestro objeto de análisis, y para remarcar lo importante de la reflexión de repaso, entendemos que porque hay determinadas y múltiples condiciones objetivas en permanente movimiento (etapa de desarrollo del capitalismo y la globalización, perfeccionamiento de las tecnologías de la información y la comunicación, movilizaciones sociales en las periferias, momento histórico latinoamericano, contexto argentino, etc.) se producen algunos usos de las RR. SS. -y no otros- y se vehiculizan determinadas formas de participación política. Proponemos el caso de RCA como un botón de muestra de procesos sociales transversales y mundiales -en su última escala- que modifican las formas de construir las subjetividades y los cuerpos. Tendencias que trastocan el orden perceptivo entre generaciones.

"No es una crisis, es que ya no te quiero"²⁹. Primacía del espejo negro³⁰ de las pantallas. Crisis del modelo escolar tradicional, del sistema carcelario y hospitalario, trabajos flexibilizados, crisis de la familia convencional -biparental, matrimonial y con hijos biológicos-. Aún más, obtener sexo vía Tinder, orientación por Google Maps,

²⁹ Consigna del movimiento indignado español.

³⁰ Referencia a la serie televisiva inglesa Black Mirror. Brooker, Charlie (2011). Black mirror. Reino Unido: Zeppotron.

música para cada estado de ánimo por Spotify, sostener vínculos familiares mediante Whatsapp, difusión de *flyer* político a través de Facebook, discusiones vía Twitter, cada práctica tiene una aplicación; tiempo continuo, comunicación permanente y desterritorialización. Es el pasaje de “¿me das tu teléfono?” a “¿tenés Instagram?”. “Espacios vivos que conectan todas las dimensiones de la vida de la gente” (Castells, 2012, p. 221). Inquiriendo el contexto se grafica la profundidad del cambio de régimen. Un tipo de organización social que se fue recortando durante las últimas décadas y que sostiene el modelo de vigilancia del orden anterior, de manera más intensa y sofisticada, pero que muta los tipos de cuerpos y subjetividades que produce, estimulando ciertas configuraciones e inhibiendo otras. A este “nuevo monstruo” Gilles Deleuze lo denominó “sociedades de control” (Deleuze, 1990), “un régimen apoyado en las tecnologías electrónicas y digitales” que se basa en el “capitalismo más desarrollado de la actualidad, donde rigen la sobreproducción y el consumo exacerbado, el marketing y la publicidad, los servicios y los flujos financieros globales. Y también la creatividad alegremente estimulada, 'democratizada' y recompensada en términos monetarios” (Sibilia, 2009, p. 22). Un ordenamiento en el que el carácter rígido y cerrado del formato de la reclusión no es funcional para las formas de producción inmateriales y en red. Siguiendo al filósofo surcoreano Byung-Chul Han (2014) “la libertad y la comunicación ilimitadas se convierten en control y vigilancia totales (...) Cuando apenas acabamos de liberarnos del panóptico disciplinario, nos adentramos en uno nuevo aún más eficiente” (p. 21) porque en lugar de constreñir al hombre con preceptos y prohibiciones se promueve que los sujetos se sometan por sí mismos; este poder, complace, colma y seduce. Una técnica neoliberal prospectiva, permisiva y proyectiva que “quiere dominar intentando agradar y generando dependencias” (p. 30).

En este régimen, se privatiza el espacio público y se publicita lo privado, los muros de la escuela y el hogar se resquebrajan, no hay adentro ni afuera o, mejor dicho, todo es adentro. La conexión es todo el tiempo y en todo lugar. En esta sociedad “fascinada por la incitación a la visibilidad” se percibe un desplazamiento de la subjetividad moderna “interiorizada” a una subjetividad espectacularizada en un contexto mediatizado. Es el discurso de la transparencia que avanza hasta el punto último de “desinteriorizar” a las personas (Han, 2014). Siguiendo a Sibilia (2009):

“aparece un tipo de yo más epidérmico y dúctil, que se exhibe en la superficie de la piel y de las pantallas. Se habla también de personalidades alterdirigidas y no más introdirigidas, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas. E incluso se analizan las diversas bioidentidades, desdoblamientos de un tipo de subjetividad que se apuntala en los rasgos biológicos o en el aspecto físico de cada individuo. Por todo eso, ciertos usos de los blogs, fotologs, webcams y otras herramientas como MySpace y YouTube, serían estrategias que los sujetos contemporáneos ponen en acción para responder a estas nuevas demandas socioculturales, balizando nuevas formas de ser y estar en el mundo” (p. 28).

La ortopedia disciplinaria es reemplazada por la cirugía embellecedora y el *fitness*, la disciplina cede ante la estética y, en este movimiento, se comienza a rastrear las “psicotecnologías” del “psicopoder” contemporáneo (Han, 2014). La “psicopolítica” se “apodera de la emoción para influir en las acciones a este nivel prerreflexivo (semiinconsciente, corporalmente instintivo de la acción). Por medio de la emoción llega hasta lo profundo del individuo” (Han, 2014, p. 75).

Han (2014) menciona al *smartphone* como un objeto digital de devoción de la sociedad contemporánea que se gesta con el fin de someter; materializar y estabilizar el dominio. “Cuando hacemos clic en el botón de *me gusta* nos sometemos a un entramado de dominación” (p. 26). Devoción como entrega total a lo digital: “El *smartphone* no es solo un eficiente aparato de vigilancia, sino también un confesionario móvil. Facebook es la iglesia, la sinagoga global (literalmente, la congregación) de lo digital” (p. 26)

En estas sociedades de control, la creencia en la cuantificabilidad y la mensurabilidad de la vida se torna hegemónica. En este sentido, Han analiza el *Big Data*³¹ como tecnología de dominio:

31 “El concepto de Big Data aplica para toda aquella información que no puede ser procesada o analizada utilizando procesos o herramientas tradicionales (...) Los científicos e investigadores han analizado datos desde ya hace mucho tiempo, lo que ahora representa el gran reto es la escala en la que estos son generados. Esta explosión de 'grandes datos' está transformando la manera en que se conduce una investigación adquiriendo habilidades en el uso de Big Data para resolver problemas complejos relacionados con el descubrimiento científico, investigación ambiental y biomédica, educación, salud, seguridad nacional, entre otros”. Barranco Fragoso, R. (2012). ¿Qué es el Big Data? IBM. Recuperado de <https://www.ibm.com/developerworks/ssa/local/im/que-es-big-data/>.

“Hoy se registra cada *clic* que hacemos, cada palabra que introducimos en el buscador. Todo paso en la red es observado y registrado. Nuestra vida se reproduce totalmente en la red digital. Nuestro hábito digital proporciona una representación muy exacta de nuestra persona, de nuestra alma, quizá más precisa o completa que la imagen que nos hacemos de nosotros mismos” (Han, 2014, p. 93). “El Big Data quizá hace legibles aquellos deseos de los que no somos conscientes de forma expresa. (...) Si el Big Data proporcionara un acceso al reino inconsciente de nuestras acciones e inclinaciones, sería pensable una psicopolítica que interviniera hasta en la profundo de nuestra psique y la explotara” (p. 96).

Refiriendo a la coyuntura transicional, Castells planteará que lo que cambia en el siglo XXI es el paradigma tecnológico que constituye la base material de las sociedades: el industrialismo fue reemplazado y subsumido por el “informacionalismo” y, en este contexto, la organización en red de la sociedad -sociedad red- se convierte en la forma más eficiente gracias a su flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia. Redes de poder interconectadas que establecen estrategias de “colaboración y competición” con el interés común de controlar la capacidad de definir las reglas y normas de la sociedad mediante un sistema político que responda a sus intereses y valores” (Castells, 2012, p. 25). Lo novedoso, señala:

“es la extensión y el aumento del cuerpo y la mente de los sujetos humanos en redes de interacción alimentadas por tecnologías de la comunicación basadas en la microelectrónica y que operan mediante software (...) Sobre esta base se está expandiendo la nueva estructura social que constituye los cimientos de nuestra sociedad: la sociedad red” (Castells, 2006, p. 26).

Planteará que quienes ostentan el poder en esta sociedad son los programadores (*programmers*) que construyen las redes principales de las que depende la vida de las personas (parlamento, gobierno, fuerzas de seguridad, finanzas, medios de comunicación, etc.) y los conmutadores (*switchers*) que enlazan diferentes redes: corporaciones mediáticas vinculadas con corporaciones económicas, instituciones académicas financiadas por grandes empresas, etc. (2012).

1.2. *Las redes: nuevos escenarios de lucha*³²

Cuatro egipcios se han prendido fuego (...) ¡Demostrad un poco de dignidad! Yo, que soy una chica, voy a ir a la plaza Tahrir y estaré allí con mi pancarta (...) Hago este video para daros un mensaje sencillo: vamos a Tahrir el 25 de enero (...) Bajad a la calle, enviad SMS, posterarlo en la red, que la gente lo sepa.

Asmaa Mafhouz (18 de enero de 2010, Egipto). Video en Facebook.

No nos representan.

Movimiento 15 de Mayo (15-M), España

#Occupywallstreet

¿Están preparados para un momento Tahrir? Inundad el 17 de septiembre el sur de Manhattan, levantad tiendas, cocinas, barricadas pacíficas y ocupad Wall Street

Adbusters (13 de julio de 2011, Canadá). Publicación en adbusters.org

Referiremos a los “movimientos sociales en red” (Castells, 2012) -nuevos tipos de movimientos sociales³³ que se desdoblán en el contexto de la sociedad red- para recuperar las experiencias de movilización del siglo XXI, sustrayendo los casos modélico del mundo árabe (Túnez, Egipto, y, también, los días de la ira –*Youm al-Ghadab*- en Libano, Jordania, Mauritania, Sudán, Omán, Yemen, Baréin, Libia, Kuwait,

32 Recuperamos subtítulo del vicepresidente de Bolivia, Álvaro García Linera, postulados en su texto “Derrotas y victorias” (marzo de 2016). Recuperado de <http://vicepresidencia.gob.bo/Derrotas-y-victorias>

33 Entendemos a los movimientos sociales como actores/ciudadanos que se expresan a partir de desafíos colectivos compartidos, que tienen objetivos comunes y solidaridades en su interacción (Tilly, 1978) y logran unir fuerzas para enfrentarse a las elites, autoridades y antagonistas sociales. Se trata de movimientos constituidos a partir de acciones colectivas que logran mantener los desafíos contra su oponente con estructuras de conexión y marcos culturales consensuados por los actores (Tarrow, 1997).

Marruecos, Sahara Occidental, Arabia Saudita, y Siria), el sur de Europa y EE. UU. (*Occupy Wall Street*), atravesados por la crisis del capitalismo global de 2008³⁴ y que “se extendieron por contagio en un mundo conectado en red mediante Internet inalámbrico y marcado por la rápida difusión viral de imágenes” (Castells, 2012, p. 20). Con el antecedente de las experiencias “antiglobalización” (Seattle³⁵ y Génova, sobretudo), el auge de los movimientos sociales y los gobierno populares en América del Sur, y con el puntapié de los procesos de Túnez e Islandia, irrumpieron los “indignados”³⁶ (véase Figura 2): “La indignación se ha convertido en la materia prima de la revuelta y de la rebelión” (Negri y Hardt, 2012, p. 243).

Evitamos, como señalamos, el determinismo tecnológico para reflexionar sobre los límites y potencias de los movimientos sociales actuales. Como señalan Charles Tilly y Leslie Wood (2010), entendemos que la mayoría de los nuevos rasgos que presentan “son el resultado de los cambios acaecidos en sus respectivos contextos sociales y políticos, y no el de las innovaciones tecnológicas como tales” (p. 194).

34 Ignacio Ramonet (2008) refiere el final de una era del capitalismo y habla de tres crisis en simultáneo a nivel global que interactúan: la económica, la energética y la alimentaria. “Éste es el saldo deplorable que deja un cuarto de siglo de neoliberalismo: tres venenosas crisis entrelazadas. Va siendo hora de que los ciudadanos digan: '¡Basta!'”.

35 La “cumbre alternativa” en Seattle, Washington, en noviembre de 1999, que se realizó en paralelo a la cumbre de la Organización Mundial del Comercio y presentó al movimiento “antiglobalización” a escala internacional. Las protestas en Seattle “sirven de ejemplo para ilustrar tanto la convivencia de los dos tipos de espacio, virtual y físico, como la proliferación de las estructuras descentralizadas en red. Así, coordinadas a través de la red, cerca de 50.000 personas colapsaron la ciudad de Seattle donde tenía previsto celebrarse una reunión de la Organización Mundial del Comercio, consiguiendo cancelarla” (Catalayud, 2015, p. 2).

36 Es interesante señalar que la personalidad del año 2011 para la revista Time fue “El manifestante” (The protester). <http://content.time.com/time/person-of-the-year/2011/>. A su vez, el calificativo surge del título de un panfleto (*Indignez-vous!*) publicado en 2011 por Stéphane Hessel, filósofo y antiguo diplomático francés.

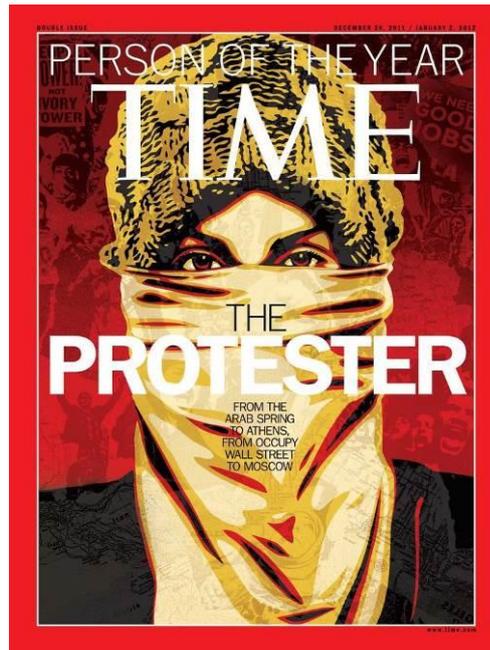


Figura 2. Tapa de la revista Time (2011). Personalidad del año: el manifestante.

Entonces, entendemos que hay dimensiones socio históricas de causalidad de los procesos que son condición de producción. Por lo tanto, asumido esto, nos centramos en la reflexión en torno a los patrones comunes de los movimientos, los rasgos delimitantes que construyen la unidad de análisis. Esta nueva generación de movimientos sociales (Antentas y Vivas, 2014) se coliga en relación con una multiplicidad de reclamos en el contexto, como dijimos, de la crisis del capitalismo de 2008 y con los antecedentes de luchas³⁷ señalados. Esta agenda va desde el rechazo del neoliberalismo y sus políticas de ajuste, la denuncia de la connivencia entre el poder político y el económico, y la corrupción sistémica; a la reivindicación de procesos de democracia participativa, tomas de decisiones directas y assemblearias. Así, se propaga un movimiento altermundial que responde a tres principios ético-políticos: rebelde, indignado y utópico (Tamayo Acosta, 2014). Como indicamos al comienzo, una característica fundamental de estos movimientos sociales contemporáneos es la interacción entre TIC y participación política. Si bien consideramos -siguiendo a Tilly y Wood (2010)- que desde “el

37 Rodolfo Walsh planteaba al respecto: “Nuestras clases dominantes han procurado siempre que los trabajadores no tengan historia, no tengan doctrina, no tengan héroes y mártires. Cada lucha debe empezar de nuevo, separada de las luchas anteriores: la experiencia colectiva se pierde, las lecciones se olvidan. La historia parece así como propiedad privada cuyos dueños son los dueños de todas las otras cosas”. Recuperado de <http://www.memoriaabierta.org.ar/materiales/pdf/cordobazo.pdf>

principio” los activistas se han relacionado en términos políticos con los medios de comunicación de masas, ya sean medios impresos, la radio o la televisión; entendemos, como se desarrolló con anterioridad, que en el contexto de la sociedad de control (Deleuze, 1990), en el marco del informacionalismo (Castells, 2012); la interacción de los movimientos sociales con las TIC ha cambiado radicalmente formas y espacios de comunicación. Planteamos, en continuidad con otros autores, que las nuevas tecnologías abren espacios para la práctica política ciudadana y producen un traslado de la comunidad como espacio físico público hacia los medios como espacio virtual principal, amplificando al primero a través del segundo (Castells, 2006; Pineda de Álcazar, 2010; Catalayud, 2015). Es decir, “cuanta más comunicación existe en el espacio electrónico, más afirman las personas su propia cultura y experiencia en sus localidades” (Castells, 2006, p. 59). En este sentido, Castells propone que en éstas dinámicas se producen procesos de “autocomunicación de masas”: “el uso de Internet y de las redes inalámbricas como plataformas de comunicación digital” que promueven la “construcción de la autonomía del actor social, ya sea individual o colectivo, frente a las instituciones de la sociedad” (Castells, 2012, p. 24). De esta argamasa surgen formas híbridas de protesta social que entremezclan viejas prácticas militantes (cacerolazos, cortes de calle, ocupación del espacio público, etc.) con nuevas, a partir del uso de Internet (sobre todo, en su etapa 2.0, las redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram) y la telefonía móvil (potenciada desde la aparición de los *smartphones*). También, en este encuentro, se evidencia una “democratización” de las herramientas “ciberactivistas”: “donde solo hasta hace unos años eran imprescindibles conocimientos técnicos en informática y programación para poder participar, hoy cualquier persona cuenta con las herramientas necesarias para realizar acciones llamativas en señal de protesta” (Carrillo Ballesteros, 2016, p. 12).

1.3. Clics modernos: “fuimos el 49% porque la gente de a pie salió a achicar la diferencia”³⁸

Todos los estudiantes de la promoción tenían un smartphone como el mío, y si bien no habían participado de la asamblea comunal, se habían enterado por teléfono o WhatsApp que estábamos llagando al municipio. Aquello que vi en Curahuara se repite en toda Bolivia.

A. García Linera. Derrotas y victorias (marzo de 2016)

A opinar en todas las páginas de noticias del facebook de portales de todos lados todos unidos opinando y dando argumentos ,canalicemos energías en nuestros pueblos ciudades barrios etc a usar internet a nuestro favor vamos q se puede Scioli sí!!!

Fernando (29 de octubre de 2015). Publicación en RCA.

En la introducción a la tesina, hemos recortado nuestro objeto de análisis espacio temporalmente, ubicando a RCA en una coyuntura histórica determinada (“al otro día de que perdimos, o sea, ‘perdimos’, en las elecciones antes de ir al balotaje, las primarias, que habían sido malísimos los resultados”³⁹). Antes de proseguir, y reponiendo lo dicho hasta el momento; nos interesa circunscribir la gesta del grupo (su creación y su práctica) como heredera de tres tendencias que, a modo de “oleadas”, configuraron el contexto analizado. Cabe aclarar que recuperamos el concepto de “oleadas” acuñado por el vicepresidente de Bolivia, Álvaro García Linera (2016), porque frente a una conceptualización de los ciclos históricos que se presentan como ley natural, reivindicamos:

38 Ayan, Tita (8 de julio de 2017). Publicación en RCA de su creadora en referencia al proceso del balotaje -y su resultado- de 2015.

39 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

“la lógica de los flujos, las oleadas, que es un poco la experiencia que uno adquiere en la vida. Las transformaciones se dan por oleadas. La gente se articula, se unifica, crea sentido común, tiene ideas fuerza, se convierte en ser universal, es decir, ser que pelea por todos. Logra derechos, acuerdos, Estado, política. Pero luego pasa a la vida cotidiana. No puede estar en asamblea todos los días. Tienes que ir a ver qué va a pasar con tu hijo, con el crédito de la casa. Viene el reflujos. Pero luego, más pronto que tarde, puede venir otro flujo”⁴⁰.

Entonces, entendemos que RCA, en sus formas y prácticas, es condicionado por tres procesos históricos recientes locales, regionales y mundiales. El primero es el que nos hemos extendido en delinear: las formas de los movimientos sociales en la era de Internet a escala global. Características que afectan a la fisonomía de RCA en tanto grupo de Facebook y que atraviesan las prácticas políticas contemporáneas. Aproximaciones y reflexiones que, por momentos, describen de manera certera la dinámica del grupo y que, a lo largo de los capítulos venideros desarrollaremos.

También, postulamos que hay factores propios de la contingencia argentina -que emergen, desbordados, en el contexto electoral de 2015- que condicionan y potencian dando lugar a “repertorios”⁴¹ particulares y prácticas híbridas. Opciones que se balancean entre el verticalismo y el horizontalismo, entre lo directo y lo representativo, entre lo espontáneo y autogestivo y lo organizado y financiado; es decir, entre las nuevas formas de participación política y las tradicionales.

Entonces, a la problematización del vínculo entre TIC y movimientos sociales anclada en contexto, incorporamos dos dimensiones históricas del devenir argentino: primero, una idea de democracia como “espasmo participativo” surgida al calor de la crisis del 2001 en Argentina (Rinesi, 2016). Una noción de la democracia intensa y asambleística, propia de un segmento de los sectores medios en la que, creemos, RCA

40 Granovsky, Martín (2016). Entrevista a Álvaro García Linera: “Las transformaciones son por oleadas”. Telesur. Recuperado de <http://www.telesurtv.net/bloggers/Entrevista-con-Alvaro-Garcia-Linera-Las-transformaciones-se-dan-por-oleadas-20160828-0003.html>

41 “En su acepción media, la idea de repertorio presenta un modelo en el que la experiencia acumulada de los actores se entrecruza con las estrategias de las autoridades, dando como resultado un conjunto de medios de acción limitados, más práctico, más atractivo y más frecuente que muchos otros medios que podrían, en principio, servir los mismos intereses.” (Tilly, 1984, p. 99)

abreva⁴². El antropólogo Alejandro Grimson arguye que el 2001 fue “espantoso por sus consecuencias sociales. Fue maravilloso por la participación política popular”⁴³. Como señala el trabajo de Damiani Ameri y Nuñez (2016) sobre el grupo, la primera etapa de RCA se caracteriza, en lo territorial, por el factor asambleario, las asambleas informales en los puntos de encuentro, en las plazas. Por su parte, Ferraudi, Pinedo y Welschinger (2017) plantean que frente a la exaltación kirchnerista de la movilización organizada, ellos resaltaban su “espontaneidad”. En un momento próximo posterior, estos espacios de asamblea serían institucionalizados por la política partidaria afín al sector⁴⁴, lo que los convertiría en grandes convocatorias a cielo abierto para escuchar a oradores del kirchnerismo (“las plazas del pueblo”⁴⁵) con lógica de gira de verano (véase Figura 3).



Figura 3. Flyer de difusión de “las plazas del pueblo” (enero y febrero de 2015)

42 “Si el trabajo y la educación permiten intuir la pertenencia a sectores medios, la autorepresentación de los entrevistados parece confirmarlo” (Damiani Ameri y Nuñez, 2016, p. 8)

43 Grimson, Alejandro (2015b). La pregunta por la derrota cultural. Revista Anfibia. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-pregunta-por-la-derrota-cultural/>

44 Tita Ayan afirma que Martín Sabbatella (ex intendente de Morón y referente de la agrupación Nuevo Encuentro) “fue uno de los que me recibió primero, con Gabriela Cerruti; yo fui, me encontré con ellos y estuvo buenísimo, de hecho, él vino a San Martín (de los Andes) y yo compartí escenario con él. Está bueno, empecé a tener acercamiento con algunos políticos”. Anexo 2.

45 Mirá el cronograma de las 'Plazas del Pueblo' para el verano (2 de enero de 2016). Diario Registrado. Recuperado de http://www.diarioregistrado.com/politica/mira-el-cronograma-de-las-plazas-del-pueblo-para-el-verano_a56afbbf27e7f86ae3499e2d2

Por otra parte, a partir de 2003, se comienza a vislumbrar una noción de democracia como proceso de democratización, de ampliación de derechos donde el sujeto no se recorta de manera individual sino como sujeto colectivo, que se realiza a través de un Estado organizado (Rinesi, 2016). Es un proceso que se sucede desde Venezuela a Brasil, pasando por Ecuador y Bolivia, y se encarna, en la Argentina, en los gobiernos de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), la “década ganada”⁴⁶; que constituye factor identitario de RCA. En este sentido, las diferentes trayectorias políticas previas de los integrantes no impide que todos se consideraran a sí mismos como kirchneristas (Damiani Ameri y Nuñez, 2016). Esta identidad fue tomando forma al calor de las medidas de gobierno de Néstor Kirchner y se terminó de moldear a parir del intento de construcción de la llamada “transversalidad”⁴⁷, primero, y la “concertación plural”⁴⁸, después. El periodista Mario Wainfeld, en relación con la primera, afirma que Néstor Kirchner “aspiraba a conformar un frente nuevo, cuya base peronista se compensara con los aliados. (...) Una identidad diferente *aggiornada*” (Wainfeld, 2016, p. 129). A posterior, la concertación fue la coalición entre peronistas y radicales que terminó pariendo la fórmula presidencial Cristina Fernández de Kirchner (Partido Justicialista-FpV)-Julio Cleto Cobos (UCR). Opción que estallaría en 2008, en el conflicto del Gobierno Nacional con el sector agropecuario por la aplicación de las retenciones móviles a las exportaciones del agro. El movimiento da cuenta del pasaje del “peronismo impuro” al “kirchnerismo puro” (Montero y Vincent, 2013).

En relación con lo identitario, y según su nota de prensa⁴⁹, RCA es:

46 Consigna de gobierno al cumplirse diez años de gobierno del Frente para la Victoria. <http://www.cfkargentina.com/timeline.php>

47 Para Juan Carlos Torre la Transversalidad constituyó “una operación política con vistas a incorporar a su empresa política a sectores de la izquierda peronista y no peronista marginales a las estructuras del Partido Justicialista” (2005, p. 13).

48 Construida con el objetivo de atraer al núcleo duro del voto peronista y a los sectores progresistas urbanos. Siguiendo a Montero y Vincent (2013), “la fórmula presidencial definitiva, que incluyó a Cobos como candidato a vicepresidente, sería anunciada a mediados de agosto. En un discurso plagado de alusiones a la pluralidad y de imágenes que evocaban líderes de distintas fuerzas políticas (socialistas, radicales, intransigentes, peronistas), la candidata (Cristina Fernández de Kirchner) explicó que ‘esta concertación quiere articular representaciones políticas y sociales que superen viejas antinomias’”.

49 Nota de prensa de Resistiendo con Aguante (Anexo 1)

“un grupo que nació espontáneamente, sin ningún liderazgo especial por detrás. Ni siquiera con un partido político o referentes que lo lideraran más allá de la clara superioridad de participantes kirchneristas y peronistas. Es evidente al entrar al muro de FB (Facebook) la participación de muchos ciudadanos independientes, gente de izquierda, del socialismo, del radicalismo, es muy plural”.

Esta identidad, y la convicción de que los logros no habían sido “magia” sino consecuencia de un proceso histórico de democratización, fue lo que los movilizó -en el momento de creación- “con el único objetivo de salir a 'convencer indecisos' en favor del modelo Nacional y Popular”⁵⁰. Esta concepción transformadora es la que muta la percepción de un colectivo autoconvocado -denominación general, como cualquier otro de la historia reciente- a uno “empoderado” -referencia particular y emplazada en espacio y tiempo- ¿quién había producido ese proceso? Los años kirchneristas y, específicamente, CFK, que había corrido el velo de sus ojos y les había dado derechos en el marco de una agenda democratizadora: “Para Evita, los trabajadores eran sus 'queridos descamisados'. Para Cristina, los jóvenes somos sus 'queridos empoderados'. Estemos a la altura de las circunstancias” (Francisco, 29 de noviembre de 2015, publicación RCA).

Como dijimos anteriormente, se evidencia cómo las redes sociales, el espacio virtual, no reemplaza sino amplifica el accionar político en el espacio material, la comunidad. Por esto es que referentes como García Linera (2016) plantea a las redes sociales como “nuevos escenarios de lucha”. En consonancia con lo que venimos enunciando, el vicepresidente boliviano afirma que son “medios de comunicación cada vez más universales, que han llegado para quedarse y que no solo modifican la construcción cultural y educativa de las sociedades, sino también la forma de hacer política y de luchar por el sentido común” (García Linera, 2016). Propone, a su vez, que a futuro los movimientos sociales deberán incorporar en sus repertorios de movilización a las redes sociales como un “escenario privilegiado de la disputa por la conducción del sentido común”. Vale la pena recordar, en el marco de lo postulado por García Linera, que Valentin Voloshinov sostiene que “todo lo ideológico posee una significación

50 Idem.

sígnica”, lo que implica recuperar el carácter eminentemente social e histórico del lenguaje. De este modo, el carácter multiacentuado del signo es su aspecto fundamental, en tanto se encuentra “abierto” a diferentes valoraciones y la operación ideológica resulta de la lucha por imponer un acento específico, es decir, monoacentuarlo. Es aquí donde postula al “signo ideológico” como arena de la lucha de clases, “las distintas clases sociales usan una misma lengua. Como consecuencia, en cada signo se cruzan los acentos de orientaciones diversas. El signo llega a ser la arena de la lucha de clases” (Voloshinov, 1976, p. 36).

Al comienzo de la investigación sobre RCA se vislumbraba un campo carente de investigación. En el transcurso, nos hemos topado con análisis que nos han enriquecido y con los que, en algunos casos, discutimos. En términos generales, hemos interactuado con el texto de Paula Clerici, Lara Goyburu y Facundo Cruz (2016) sobre cómo se dio el proceso electoral de 2015 en Argentina en la plataforma Twitter. Diego Wacker (2016), por su parte, analiza el fenómeno de “Amor sí, Macri no” sobre el mismo periodo en el que recortamos nuestra investigación (balotaje 2015). En su trabajo encontramos gestos y prácticas que se repiten en RCA además de compartir lecturas y percepciones sobre el contexto de emergencia de ambos colectivos (que en muchos casos, se interrelacionaron), las identidades componentes, los modos de participación y la construcción del alter político. En continuidad, el trabajo de Cecilia Ferraudi, Jerónimo Pinedo y Nicolás Welschinger (2017) sobre RCA y las prácticas de subjetivación política en Facebook tiene un sinnúmero de puntos de contacto con la presente tesina. Lxs autorxs retoman el concepto de estructura de sentimiento de Raymond Williams para reflexionar en torno a los desplazamientos de sentido dentro del universo de identificaciones políticas vinculadas al kirchnerismo desde la campaña electoral de 2015. A su vez, como el aporte de Wacker, metodológicamente, utilizan la perspectiva de la etnografía virtual propuesta por Hine (2004). Por último, recuperamos el aporte de Romina Damiani Ameri y Javier Nuñez (2016) sobre RCA y las formas de participación en las redes sociales de las clases medias. Si bien sus hipótesis se asientan sobre una etapa posterior a la que se trabaja en este escrito (meses subsiguientes a la derrota electoral, el momento en que RCA se territorializa y fragmenta en agrupaciones locales) hay propuestas que colaboran con nuestro trabajos. Para lxs autorxs, “el factor tecnológico no impone ni nuevos repertorios ni formas novedosas de organización sino que se amolda a formatos de acción colectiva preexistentes, auxiliando a su

conformación”. Por nuestra parte, disentimos con ese planteo y abordamos a RCA en continuidad y contraste con los movimientos sociales en la era de Internet. En este sentido, encontramos más similitudes que diferencias en estos nuevos espacios de participación. Como todo colectivo anclado, entendemos que las instancias disímiles remiten más al contexto que a una carencia del gesto participativo. Por otra parte, retomamos y comulgamos con varias de las proposiciones que lxs autorxs construyen en torno a la definición, coyuntura e identidad del grupo.

Capítulo II

2. “Somos ciudadanos comunes y corrientes”⁵¹

Mariana: *YO SOY K HASTA LA MEDULA, ANTES DE NESTOR Y CRISTINA NO ME INTERESABA LA POLITICA EN ABSOLUTO, HASTA QUE UN DIA ESCUCHE A NESTOR EN UNO DE SUS DISCURSOS Y SENTI QUE ME ESTABA HABLANDO A MI.*

Comentario al posteo de Paola: *Me paso igual Mary.*

Respuesta de Mariana: *hola Pao vos tambien aca !!!!
esta todo el mundo en este grupo , super !!!!*

Resistiendo con Aguante (noviembre de 2015)

Entendemos que la extracción de clase de RCA se recorta sobre los sectores medios y medios-bajos. Siguiendo a Damiani Ameri y Nuñez (2016), y recuperando los resultados de sus entrevistas a integrantes del grupo -en su etapa de agrupaciones-, sobre actividad laboral y nivel educativo alcanzado, afirmamos que la clase no se conforma como tal en una instancia previa a las acciones colectivas sino que se reproduce tanto en acciones individuales y en oposición a determinados sectores. A su vez, en conjunción con las publicaciones iniciales en el Facebook, a este nivel, no encontramos mayores diferencias con los participantes en el contexto de emergencia del grupo. Es decir, el segmento de clase que construyó y participa en RCA es fundamentalmente medio. Como señala el trabajo antes citado, muchos participantes plantearon que RCA estaba integrado por estos estratos y así lo hace notar sus trayectorias educativas y laborales. En los discursos en RCA, tanto de integrantes como de administradores, sea vía publicaciones, declaraciones o por entrevistas, se percibe una evidente comunión de tendencias y un recorte más o menos claro de perfiles y referencias identitarias. En este sentido, entendemos que “las identidades son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas” (Hall, 2003, p. 20). Así, “los referentes (identitarios) pueden, evidentemente, variar de naturaleza, son múltiples –una cultura, la nación, una etnia, el color o el género- pero en cualquier caso,

51 Nota de prensa de Resistiendo con Aguante (Anexo 1).

la identidad es fruto de una construcción simbólica que utiliza esos marcos referenciales” (Ortiz, 1998, p. 51).

Como también hemos esquematizado, se suceden tres tendencias históricas que delimitan las prácticas y la identidad del grupo. Como dijimos, no solamente el despliegue de los movimientos sociales en el contexto de las TIC provee un repertorio, un conjunto de medios de acción (¿cómo podemos manifestarnos?), sino, también, dos concepciones de democracia que remiten a la Argentina reciente y que tuvo a las clases medias como actor relevante: el “espasmo participativo” del 2001 en el contexto de llamado “Argentinazo”⁵² (véase Figura 4) y el proceso de democratización iniciado en 2003 (Rinesi, 2016). El primero proveyendo herramental de protesta y aportando a la forma del reclamo (¿cómo supimos manifestarnos?), el segundo, como contenido del mismo, el abanico de derechos adquiridos que se defiende frente al avance del Neoliberalismo (¿qué manifestamos? ¿qué defendemos?): “Somos gente común y corriente, ni siquiera organizados, ejerciendo el rol que la Constitución nos permite ejercer: expresarnos, participar y ampliar la democracia”⁵³.



Figura 4. “Cacerolazos” de los sectores medios (diciembre de 2001)

52 “Esta noción tiene varios niveles: por un lado, enuncia el carácter nacional del evento; por el otro subraya el componente insurreccional; por último, alude a la dimensión acumulativa de las luchas. Surge desde las ciencias sociales tanto de aquellos que tienen una postura más militante como de los más apartados” (Svampa, 2011, p. 2).

53 Nota de prensa de Resistiendo con Aguante (Anexo 1).

Movimiento de clases medias que desarrolló -en un primer momento- un repertorio usualmente identificado con esos sectores (Damiani Ameri y Nuñez, 2016). Una gesto asambleario en “ciudadanos comunes y corrientes” que en su mayoría “no había militado nunca”. Fisonomía horizontal (por oposición al verticalismo de los partidos tradiciones) en la que las “presencias importantes -referenciales-” no pueden “bajar línea” (y, en muchos casos y en el contexto balotaje 2015, son criticados por su falta de acción). Espacio virtual que amplifica el debate público comunitario y que adquiere tipología y funcionamiento de los nuevos movimientos sociales en sus formas, prácticas y estrategias condicionado por dos contextos muy concretos (2001 y 2003 en adelante). Colectivo que se reivindica plural, espontáneo y autoconvocado, “suelto” y “silvestre” (Damiani Ameri y Núñez: 2016); en el que se mixturán las experiencias personales con el debate político y público operando como una plataforma de acción social (Ferraudi et al., 2016). A su vez, en el caso de RCA, entendemos que esta conversación entre participantes se produjo en Facebook y no en otra plataforma porque esta red social tiende a facilitar la incorporación de sujetos que habitualmente no participaban en la red por diversos factores entre los que se encuentran la edad y la clase. Siguiendo el trabajo de Guadalupe López y Clara Ciuffoli (2012), Facebook logró esto a través de: la rigidez de su arquitectura, la invención de un nuevo lenguaje que recupera metáforas de la vida offline (oralidad), la eterna capacidad de metamorfosearse y cambiar su naturaleza constantemente. Así, “sus posibilidades de uso parecen ser a la vez lo suficientemente básicas y sofisticadas para ser incorporadas por personas de todos los calibres: edades, distintos niveles socioeconómicos y, fundamentalmente, distintas situaciones cognitivas” (López y Ciuffoli, p. 76).

En el devenir del período democrático construido como democratización -desde 2003- nos parece sugestivo señalar una identidad que, creemos, es el antecedente directo del Resistiendo con Aguante -sea en su etapa inicial como, también y con sus particularidades, en su momento territorial, de agrupamientos-: el programa de televisión de 2009, “678 (Seis en el Siete a las Ocho)”⁵⁴. Sugerimos que este contenido televisivo funcionó, en una coyuntura determinada -a posterior del conflicto por las retenciones móviles al sector agropecuario (2008) y en el debate y puja por la sanción

54 Gvirtz, Diego (2009). Seis, en el siete, a las ocho (678). Buenos Aires: Pensado Para Televisión (PPT).

de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009)-, como referencia identitaria de un sector que, luego y en parte, confluiría en RCA reproduciendo prácticas y actualizando modos. Es decir, vemos cierta continuidad entre la conformación de los “seisieteochistas” (García, 2011) y los “resistiendo con aguante”. Un sujeto similar con experiencias, percepciones y prácticas encontradas que pasó de consumir un programa “compañero” -en la lógica televisiva de los medios *broadcasting*: un emisor, múltiples receptores- y producir metadiscursos relativos, a producir/consumir -a partir de las TIC, en general, y Facebook, en particular- un supradiscurso que valora lo autoconvocado, espontáneo y afín, en un palimpsesto de notas, videos y publicaciones.

Así, decimos que Facebook es un “medio digital”, alejado de la lógica del *broadcasting* y asentado sobre una arquitectura reticular –de muchos a muchos– de colaboración activa entre usuarios (López y Ciuffoli, 2012). En este sentido, las redes sociales permite y alienta la conversión del consumidor en prosumidor o *prosumer* (Toffler, 1980), es decir, en consumidor y productor de contenidos a la vez. Este nuevo rol, unido a la difusión de aplicaciones en línea y de las herramientas de colaboración, ha impulsado el trabajo colaborativo en la red, más allá de los intereses personales (Feixa, Fernández-Planells, Figuera-Maz, 2015). En el caso de RCA, se produce un diálogo continuo en el que cada uno se percibe igual al otro, pero con valores, necesidades y situaciones contextuales diferentes, y fundan una comunidad fraterna con la que poder mediar la realidad -hostil- y definir y defender un interés colectivo: el modelo Nacional y Popular (Pineda de Alcázar, 2010). Como contrapartida, y recuperando los planteos del constitucionalista norteamericano, Cass Sunstein (2003), se evidencia una tendencia, a partir de las posibilidades que tiene el usuario/consumidor/productor de filtrar, de definir qué lee, ve y oye pero, también, con quién se vincula en las redes sociales; a masificar pero, también, a fragmentar entre iguales. Como veremos más adelante, una “grieta”⁵⁵ virtual construida, en nuestro caso de análisis, entre *prosumers* integrantes de RCA que, a su vez, leían los matutinos Tiempo Argentino y Página 12 y veían C5N (Canal 5 de Noticias -kirchneristas-; y entre quienes leían Clarín, La Nación o escuchaban Radio Mitre y se referenciaban en Jorge Lanata -antikirchneristas-. Siguiendo a Byung-Chul Han (2017) “en la comunidad del

55 Término acuñado por el periodista del grupo Clarín, Jorge Lanata, para definir la divisoria entre kirchneristas y antikirchneristas.

‘me gusta’ uno solo se encuentra a sí mismo y a quienes son como él” (p. 119). Misma forma, diferente contenido. Como señala Mireya Lozada (2004):

“La polarización arrastra la percepción estereotipada entre grupos opuestos, la confrontación aumenta la solidaridad y cohesión al interior de cada grupo, evidenciándose una dicotomía ellos/nosotros. En ambos sectores se revela la desconfianza y el cuestionamiento a la legitimidad del Otro como interlocutor válido. En general, los internautas no operan en el ámbito de la argumentación o la retórica, la violencia discursiva en la red, está menos determinada por su coherencia racional que por la intensidad de la carga emocional que moviliza. Adeptos u opositores multiplican los estereotipos y la discriminación y exclusión del Otro a través de insultos, uso de la sátira, ironía y referencias a la condición de clase, etnia, raza u otras características grupales o partidistas, que se hacen extensivas a allegados y familiares. Esto se ve agravado por la distorsión de atribución: a la otra parte se le atribuyen la peor de las intenciones y aquellas acciones desmedidas del propio bando se perciben invariablemente como respuestas a las amenazas o agresiones del contrario” (p. 172).

Por otra parte, lo que se evidencia en Facebook, recuperando a Carlos Scolari (2008), es una forma de comunicación hipermediática, digital o interactiva. Procesos simbólicos que van más allá de Facebook, “en un entorno caracterizado por una cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí”. Las hipermediaciones “nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá -por encima- de los medios tradicionales” (Scolari, 2008, p. 114).

Nos parece importante retomar el planteo de Sibilía (2009) de una subjetividad contemporánea, diferente a la moderna, que se realiza en la espectacularización de la personalidad y en la exhibición de la intimidad. En este movimiento también, se percibe cierto desplazamiento entre el ver –un programa, 678- y el mostrarse –en una plataforma social- que da cuenta de una transición más amplia. Esto nos lleva a plantear, retomando los postulados sobre el nuevo tipo de orden social de Deleuze y la construcción del espíritu de la empresa en las sociedades de control y lo repuesto en este escrito de Naomi Klein en torno a la marca; que el mercado y los medios de

comunicación cumplen un rol destacado en tanto nuevos agentes socializadores, ocupando buena parte del lugar que tradicionalmente ocuparon las moldes de las instituciones de encierro de la sociedad de disciplina. En función de sus consumos, los sujetos encuentran la posibilidad de continuar distinguiéndose en un escenario sociocultural diferente al de la modernidad donde las referencias clásicas han perdido fuerza. Así, los bienes -en este caso, culturales- pasan a constituir nuevos e importantes referentes de identificación. A modo de ejemplo, como señala Klein, en los noventas “lo *cool*, lo alternativo, lo joven, lo novedoso o como se le quiera llamar, constituía la identidad perfecta para las empresas basadas en productos que deseaban convertirse en marcas basadas en imágenes trascendentes” (Klein, 2002, p. 99). En el mismo sentido, y siguiendo a Néstor García Canclini (1995), en una época en el que “las campañas electorales se trasladan de los mítines a la televisión, de las polémicas doctrinarias a la confrontación de imágenes y de la persuasión ideológica a las encuestas de marketing, es coherente que nos sintamos convocados como consumidores aun cuando se nos interpele como ciudadanos” (p. 13). De esta forma, como evidencia García (2011) para el análisis de la identidad 678, “frente al debilitamiento de los marcos referenciales tradicionales: ser argentino, peronista, obrero, etc.; el mercado y los medios nos proveen actualmente un conjunto de nuevos referentes que nos hacen sentir parte de nuevos colectivos sociales” (p. 35).

Entonces, ante la precariedad de las interpelaciones identitarias modernas, emergen “nuevas maneras de estar juntos” cuya conexión “no proviene ni de un territorio fijo ni de un consenso racional y duradero sino de la edad y del género, de los repertorios estéticos y los gustos sexuales, de los estilos de vida y las exclusiones sociales” (Barbero, 2000, p. 107). Desde esta aproximación podemos analizar por qué los movimientos sociales “ya no luchan solamente por las libertades políticas tradicionales, que continúan siendo importantes, sino que extienden su radio de acción a otros aspectos” (Pineda de Alcázar, 2010, p. 35) como las luchas por la igualdad de género, el medioambiente, los migrantes, etc. Creemos que, de este todo complejo e híbrido, donde lo viejo no termina de morir y lo nuevo de nacer, surgen espacios de integración, como 678 o RCA, que articulan múltiples identidades y agrupan a los

individuos de manera más eficaz que las organizaciones políticas tradicionales⁵⁶, reponiendo agendas ya instaladas y propuestas novedosas, por vías, a veces clásicas, a veces innovadoras; en una dialéctica continua consumidor-productor.

Así, retomamos lo planteado por Camilo García (2011) en su tesina sobre 678 porque, entendemos, es comparable, en términos de referencia identitaria, a RCA. Es más, creemos que esta experiencia fue antecedente directo del grupo de Facebook que emergió en el contexto del balotaje 2015 y que nos dedicamos a analizar en este trabajo.

“El consumo de 678 ha generado un espacio común de integración social, permitiendo agrupar a las personas con mayor eficacia que la política partidaria. Sectores de clase media tradicionalmente opuestos al peronismo, los cuales difícilmente se hubiesen asumido como kirchneristas, se reconocen ‘fanáticos’ espectadores de 678. En tiempos donde se desdibujan las diferencias en términos partidistas, de clase y nacionales el consumo se vuelve un espacio privilegiado para construcción de identidad y subjetividad”. (García, 2011, p. 36).

A su vez, y prosiguiendo la dimensión comparativa, se considera que los televidentes de 678 habían abordado la experiencia de ver el programa como un “acto militante” (Alabarces y Oliván, 2010, p. 125). En el mismo sentido, entendemos que muchos participantes del grupo RCA asumieron su actuar en las redes como un acto de militancia y, ese movimiento, en muchos casos, amplificó su intervención en el espacio público no-virtual: “Yo me metí por Facebook hace un mes y medio y acá estoy (referencia a convocatoria frente al Congreso), y donde trabajo somos cuarenta más”⁵⁷. Como señala Tita Ayan:

“La gente tomó ese nombre (por RCA) porque se sintió identificada, capaz, con que cualquier persona, sin tener años de militancia, podía salir a hacer algo. Se

56 Como señala Isidoro Cheresky, los partidos políticos “no son más, o están dejando de ser la expresión de pertenencias ciudadanas permanentes, de identidades políticas (...) Los partidos ya no son los de antes, en el sentido que no concitan lazos identitarios y masivos” (Cheresky, 2003, p. 13)

57 Giordano, Jorge (25 de enero de 2016). Una crónica sobre "Resistiendo con Aguante". Agencia Paco Urondo. Recuperado de <http://www.agenciapacourondo.com.ar/militancia-590184/18424-una-chronica-sobre-resistiendo-con-aguante>

sintieron contenidos bajo ese nombre (...) sirvió para incentivar a un montón de gente a que se ponga a militar y eso está buenísimo”⁵⁸.

Por otra parte, y como contraste, las dimensiones heterogéneas de las trayectorias previas de los integrantes de RCA no impide que, al momento de sumarse al grupo, todos se consideren a sí mismos kirchneristas. Se tornan más complejos, en cambio, los vínculos con el peronismo. Así, “el peronismo puede ser tanto la continuidad de una trayectoria de izquierda (o, si se quiere, progresista) o se considerado, por el contrario, en contraposición al kirchnerismo” (Damiani Ameri y Nuñez, 2016, p. 9).

Por otra parte, la autopercepción de los integrantes de RCA del momento de emergencia del grupo y su actuar remite a una organización flexible e integrada por militantes con escaso grado de organicidad pero que pueden identificar, como venimos señalando, un “nosotros” más o menos claro. Ese inclusivo implica, necesariamente, la exclusión de un otro antagónico: “La sociedad se constituye en torno a sus límites, que son límites antagónicos” (Laclau y Mouffe: 1987, p. 14). Así, desde su “código de convivencia” en el Facebook, RCA se plantea como espacio para “resistir contra el Neoliberalismo”, corriente de pensamiento encarnada -en el contexto electoral 2015 y desde la mirada de RCA- por Macri y la alianza Cambiemos. Es interesante señalar, como consignan Ferraudi, Pinedo, Welschinger (2017), que en RCA se suelen evocar la década del noventa en mayor grado que la del setenta -importantes en el discurso kirchnerista-. Señalan los autores que, en este rasgo, se puede reconocer un punto más en el que el grupo de Facebook se asemeja más al “votante de a pie” que al militante organizado.

Retomando, la construcción del adversario se realizó a partir del veto absoluto: la denegación total de la otra opción (Wacker, 2016, p. 9). De esta forma, la construcción de Mauricio Macri como antagonista viene desde la constitución misma del kirchnerismo como fuerza. Con él, el “polo nacional-popular” había encontrado “un adversario a su altura” (Vommaro, 2015, p. 202). Siguiendo a Byung-Chul Han (2017), entendemos que la figura del alter político es, aunque de forma imaginaria, proveedora de identidad. En este sentido, como analiza Fabián Bosoer (2015):

58 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

“está en la marca del orillo de la relación entre el kirchnerismo y Mauricio Macri desde 2003, cuando Néstor Kirchner lo eligió como adversario preferencial y ayudó a abrirle el camino al Gobierno de la CABA. (...) Un joven empresario neoliberal que le hablaba a las clases medias y altas porteñas y las burguesías satisfechas, defendía los intereses de las corporaciones y del campo, representaba al capital financiero y los acreedores externos, defendía una concepción antipopular y elitista de la política, la economía y la cultura”⁵⁹

Si bien Wacker refiere al colectivo “Amor sí, Macri no” en el periodo de tiempo analizado, creemos que hay más continuidades que diferencias en relación con RCA:

“Las premisas descansaron en la hipotética pérdida del estatus de ciudadanía política alcanzada en la última década. Se trató de incidir en la lógica electoral desde una contra-lógica a partir de los espacios cotidianos de incidencia, con la creación de una nueva narrativa que apeló a estrategias no tradicionales y la visibilización de los logros recientes” (Wacker, 2016, p. 10).

Siguiendo nuestra propuesta, lo que se entendía que estaba en juego era la democracia como proceso de democratización, de ampliación de derechos (Vommaro, 2015). En este sentido, el objetivo era que Macri no sea presidente, para lo cual se puso en movimiento una serie de recursos, lo que produjo múltiples estructuras productoras de sentidos. En un primer momento, hubo que avanzar sobre la angustia que dejó la elección general, generando un ámbito de contención que permitiera superar la sensación de desamparo ante la posible hecatombe; tendiendo redes de solidaridad para los muchos que necesitaban expresarse; “utilizando las plataformas digitales de conversación para poner a circular mensajes de esperanza; empujando con el cuerpo y empatizando con el sufrimiento del otro” (Wacker: 2016, p. 9). Luego, hubo que pensar estrategias para incidir sobre una realidad que se avizoraba hostil, convencer indecisos, orientar el voto, construyendo desde lo micro, desde la cotidianeidad. Así, entendemos

59 Bosoer, Fabián (2015) Relato K, último capítulo: ¿“cuanto peor, mejor”? Revista El Estadista: Recuperado de <http://elestadista.com.ar/?p=9143>

que los integrantes de RCA intercambiaron vivencias, “interpretaciones de sus estados anímicos, narrativas sobre sí mismo y del mismo grupo en las que se actualizan modos específicos de politización (...) que desafían tanto los usos legitimados de las redes como la concepción dominante de política” (Ferraudi et al., 2017, p. 94). En ese intersticio entre la comunicación política en RR. SS. y la militancia orgánica o partidaria se encontraron miles de argentinos que, frente a la desazón post sufragio, encontraron consuelo y estímulo en ser parte de una referencia identitaria común, un ámbito donde relatar sus angustias, miedos pero, también, sus cotidianidades de “suelos” atravesadas por el eje politizante de la polaridad electoral. Arco argumental que permite entender desde los debates sobre estrategias para ganar votos hasta la publicación de saludos de cumpleaños o la fotografía de una parrilla atestada y rebalsada, deuda de la década ganada. Porque todo lo que se había logrado, no había sido magia sino la voluntad política y democratizadora de un gobierno, y de eso se sentían garantes los integrantes del grupo:

“Los que somos del palo, o no tan del palo, que nos parece que este gobierno de ahora es muy nefasto, que es la derecha más conservadora, chota y facha que hay; nos dio tanto miedo que fue ‘bueno, me pongo a hacer algo o la miro por la tele’. Me parece que a muchos nos pasó lo mismo y por eso se agrupó tanta gente en ese espacio virtual”⁶⁰.

Por otra parte, este primer momento catártico-referencial, que se viraliza a través de “amigos” de “amigos” en Facebook -como vector- y se masifica en pocos días, compone la instancia necesaria para que, a posterior, se dé el movimiento activo, esperanzado y participativo que se hará presente en las calles y que trabajaremos el próximo capítulo.

60 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

Capítulo 3

3.1. Internet y plataforma Facebook: mutación, convergencia y control

“Zuckerberg y Elon Musk son mucho más peligrosos que Donald Trump”⁶¹

Slavoj Zizek

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) la población estimada de la República Argentina del 2015 fue de 43.131.966 habitantes⁶². A su vez, en el cuarto trimestre de ese año (periodo analizado en nuestra tesina) el accesos a Internet era de 15.781.462 residencias, número compuesto por 9.561.207 conexiones móviles -corresponde a los accesos de banda ancha móvil con contratación de plan de datos (pospagos)- y 6.220.255 fijos. La mayor cantidad de conexiones se registró en la zona de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires con 8.645.126⁶³. Según el informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) “Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016”, en 2015 un 69,4% de la población de Argentina era usuaria de Internet⁶⁴.

Es dificultoso encontrar datos estadísticos provistos por Facebook sobre su usabilidad y alcance en el país, por esto, hemos cruzado, en base a notas, algunas variables para seguir reconstruyendo el panorama del acceso a la virtualidad y la penetración de las redes sociales en el contexto argentino de 2015 para reflexionar, luego, sobre las formas que adquiere la participación política en esta coyuntura.

Podemos marcar una tendencia en todo lo relevado sobre aquel coyuntura: Facebook fue la red social con mayor alcance en el país y la más utilizada en los

61 Entrevista a Slavoj Zizek sobre el capitalismo digital: “Zuckerberg y Elon Musk son mucho más peligrosos que Donald Trump” (30 de Julio de 2017). El Desconcierto. Recuperado de <http://www.eldesconcierto.cl/2017/06/30/slavoj-zizek-sobre-el-capitalismo-digital-zuckerberg-y-elon-musk-son-mucho-mas-peligrosos-que-donald-trump/>

62 Recuperado de http://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=24&id_tema_3=84

63 Recuperado de http://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=3&id_tema_2=11&id_tema_3=54

64 Rojas, F.; Poveda, L.; Grimblatt, N. (2016). Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40528/6/S1601049_es.pdf

smartphones (con excepción, en este caso, de Whatsapp)⁶⁵. A su vez, y según la plataforma para comercio electrónico Tienda Nube, en 2015, del total de personas que tenía acceso a Internet en el país, el 90% se conectaba a Facebook -el 78% de ellos lo hacía desde su celular o tablet. En este sentido, los usuarios argentinos pasaban un promedio de 9 horas mensuales en la red creada por Mark Zuckerberg en 2004, el tercer promedio a nivel mundial detrás de Brasil e Italia, en ese entonces. De quienes accedían, el 48% eran hombres y el 52% mujeres; y se dividían entre las siguientes franjas etareas: 18-24 (28%) / 25-34 (26%) / 13-17 (18%) / 35-44 (14%) / 45-54 (8%) / +55 (8%)⁶⁶.

Como indicamos con anterioridad respecto al vínculo entre nuevas tecnologías y movimientos sociales, analizando la plataforma Facebook, y siguiendo los aportes de López y Ciuffoli (2012), evidenciamos que las formas de comunicación y participación en Internet están en permanente cambio. Así, los usuarios constantemente son “entrenados en el desarrollo de nuevas habilidades digitales y niveles más complejos de participación”. (López y Ciuffoli, 2012, p. 21). Ante esta situación, se evidencia un pasaje entre “usar” Facebook y el “estar” en Facebook, es decir, pensar la red social como un lugar y no como un recurso. Tita Ayan señala que RCA es un grupo “que se junta ahí (por Facebook), cuenta cosas de militancia y cuestiona cosas también”⁶⁷. En este sentido, López y Ciuffoli plantearán a la plataforma como un “mutante digital” que “surgió como una red social exclusiva y fue mutando hacia un entramado digital que integra en un mismo lugar una plataforma de publicación personal, con una gran variedad de herramientas y aplicaciones”⁶⁸ (López y Ciuffoli, 2012, p. 21).

Ya dijimos que es importante reflexionar en torno a los vínculos entre nuevas tecnologías, nuevas formas de control social y predicción de las conductas, como refieren autores que van desde Deleuze a Byung-Chul Han. Así, a partir de abril de

65 Top markets for WhatsApp, Snapchat and WeChat (17 de junio de 2015). Global web Index. Recuperado de <http://blog.globalwebindex.net/chart-of-the-day/top-markets-for-whatsapp-snapchat-and-wechat/>

66 Infografía: Cómo es el uso de Facebook en Argentina (16 de noviembre de 2015). Tienda Nube. Recuperado de <https://www.tiendanube.com/blog/infografia-como-es-el-uso-de-facebook-en-argentina/>

67 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

68 López y Ciuffoli (2012) historizarán diferentes períodos en el desarrollo de Facebook: Una red de universitarios (2004-2006) 2. Una red pública (2006-2007) 3. Una red masiva y abierta (2008-2010) 4. Hacia una web social y personalizada (2010-2011)

2010, Facebook cuenta con el Protocolo *Open Graph* que permite el acceso a la información cualitativa de los usuarios es decir, datos masivos sobre gustos y preferencias en la Web. Si cruzamos esa disponibilidad con la capacidad de procesar grandes volúmenes de datos -el llamado Big Data⁶⁹- y recuperamos lo noticiado sobre la campaña de Barack Obama o Donald Trump en torno a la propaganda política selectiva⁷⁰; cualquier fantasía paranoide y orwelliana se evidencia contingente.

El doctor en Ciencias Sociales y PhD en Comunicación, Martin Hilbert, interrogado sobre la capacidad de predicción de nuestra conducta a partir de nuestro estar en Facebook, plantea que:

“teniendo entre 100 y 250 *likes* tuyos (...), se puede predecir tu orientación sexual, tu origen étnico, tus opiniones religiosas y políticas, tu nivel de inteligencia y de felicidad, si usas drogas, si tus papás son separados o no. Con 150 *likes*, los algoritmos pueden predecir el resultado de tu test de personalidad mejor que tu pareja. Y con 250 *likes*, mejor que tú mismo”⁷¹. En este sentido, indicará que tanto Obama como Trump utilizaron estas bases de datos para sus campañas y así crearon “los perfiles de cada ciudadano que puede votar. Casi 250 millones de perfiles. (...) En promedio, tú tienes unos 5000 puntos de datos de cada estadounidense. Y una vez que clasificaron a cada individuo según esos datos, lo empezaron a atacar. (...) Por ejemplo, si Trump dice ‘estoy por el derecho a tener armas’, algunos reciben esa frase con la imagen de un criminal que entra a una casa, porque es gente más miedosa, y otros que son más patriotas la reciben con la imagen de un tipo que va a cazar con su hijo. Es la misma frase de Trump y ahí tienes dos versiones, pero aquí crearon 175 mil. Claro, te lavan

69 Como señala el especialista Martín Hilbert: “De eso se trata el Big Data: tenemos tantos datos y tanta capacidad de procesarlos, de identificar correlaciones, que podemos hacer a la sociedad muy predecible. Y cuando puedes predecir, puedes programar”. Hopenhayn, D. (2017). Entrevista a Martin Hilbert: Martin Hilbert, experto en redes digitales: “Obama y Trump usaron el Big Data para lavar cerebros”. The Clinic Online. Recuperado de <http://www.theclinic.cl/2017/01/19/martin-hilbert-experto-redes-digitales-obama-trump-usaron-big-data-lavar-cerebros/>

70 Ibid.

71 Ibid.

el cerebro. No tiene nada que ver con democracia. Es populismo puro, te dicen exactamente lo que quieres escuchar”⁷².

A su vez, recuperando una vez más lo consignado por Naomi Klein en *No Logo*, el vínculo espiritual entre marca y consumidor cobra una nueva dimensión “basada en la integración y retroalimentación de información específica sobre gustos, preferencias e intereses de los usuarios de la red” (López y Ciuffoli, 2012, p. 35).

A modo de historización, Facebook surge en el contexto de transformación de Internet hacia lo que luego sería conocido como la Web 2.0. Concepto acuñado por Tim O' Reilly en 2004 -el mismo año en que Zuckerberg parió su red social- refiere un nuevo momento de la red caracterizado por el surgimiento de herramientas y plataformas de interacción y colaboración entre usuarios. No citaríamos Wikipedia de no ser porque, justamente, surge en este periodo y aglutina las dimensiones enunciada. Así: “la Web 2.0 se caracteriza principalmente por la participación del usuario como contribuidor activo y no solo como espectador de los contenidos de la Web”⁷³. Una cultura de la convergencia (Jenkins, 2008) que implica cambios en los modos de producción y consumo de los medios y altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público; y cuyo actor principal son las audiencias participativas. Una cultura en la que convergen medios y plataformas (convergencia mediática), la cultura participativa y la inteligencia colectiva (Levy, 2007). A su vez, creemos que los cambios más relevantes en torno a la convergencia cultural suceden en las comunidades de consumidores, en el paso del “consumo mediático individualizado al consumo como una práctica en red, un comportamiento que Facebook supo ver y fomentar” (López y Ciuffoli, 2012, p. 49)

72 Ibid.

73 Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

3.2. Participación: del “me gusta” a las plazas y estaciones

Mi humilde Estrategia.

Si vamos a disputar la web, el posteo sábana no es astuto, sobre todo para una franja de edad menor a los 25 años (contemporáneos a twitter). Estudiaremos razones sociológicas para otro momento, ahora vale contar cada día de aquí al 22...

Gabriel (31 de octubre de 2015). Publicación en RCA.

Kirchneristas autoconvocados en Longchamps en el Circuito de Estación a las 17 horas. Si andan cerca de allí nos vemos en un rato.

María Laura (31 de octubre de 2015). Publicación en RCA.

En Facebook sumarse a una causa, darle “me gusta” a la página de un político, incorporarse a un grupo como RCA, comentar o compartir una publicación, utilizar aplicaciones de medios para informarse, son algunas de diferentes formas de participar. Es interesante rever que entre los temas más destacados en el 2015 -en base a la preferencia de los usuarios- están las elecciones presidenciales y la derrota de Aníbal Fernández como candidato del FpV en la provincia de Buenos Aires. A su vez, entre las “personalidades” locales más mencionadas están Mauricio Macri, el papa argentino, Francisco, y Cristina Fernández de Kirchner -en ese orden de frecuencia de menciones-⁷⁴. Así, estas referencias en las conversaciones entre usuarios se multiplicaron a través de los “muros” en los perfiles personales, en las páginas y en los grupos de Facebook como RCA. Son nuevas formas que se reproducen entre “amigos” y que “retroalimentan la participación de otros usuarios e inciden en la evolución de la red” (López y Ciuffoli, 2012, p. 59). Relaciones grupales que, como ya señalamos, más que debatir y gestar procesos críticos, hacen eje en la construcción de la pertenencia en torno a una identidad común. Como dijimos, RCA es, antes que ámbito de discusión, un referente identitario.

⁷⁴ Lo mejor del año en la Argentina, según los usuarios de Facebook y de Twitter (10 de diciembre de 2015). Lo mejor del año en la Argentina, según los usuarios de Facebook y de Twitter. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1852801-lo-mejor-del-ano-en-la-argentina-segun-los-usuarios-de-facebook-y-de-twitter>

La participación como ámbito de asociación entre “compañeros” y no de divergencia. Internet, en general, y Facebook, en particular, habilitan un proceso de conversación masificada global pero, también, de fragmentación. Un hablar entre iguales descartando lo diferente, no solamente recortado sobre la esfera de la participación política sino extendida a disímiles ámbitos de la cotidianeidad. Como hemos mencionado, y escindido de su componente de clase, esa es “la grieta”⁷⁵ simbólica entre kirchnerismo y antikirchnerismo: una conversación entre iniciados, con más o menos rasgos fantásticos, que construyen, de manera recíproca al alter como antagonista a través del veto total. El cuestionamiento a esta mecánica, según Cass Sunstein (2003), es que para que haya democracia se necesita que existan experiencias compartidas por todos los ciudadanos —un marco general de referencia— y que cada uno se encuentre con temáticas e ideas que no han elegido -ni elegiría-; en este sentido, y de manera esquemática, el devenir de esta tendencia limitaría la construcción de una cultura cívica en común. Según López y Ciuffoli (2012) los grupos de Facebook creados por usuarios, en su mayoría, dan cuenta de una toma de posición “desde el nombre, que es la bandera que marca el interés común (...) es llamativa la cantidad de grupos que hay que empiezan con 'Yo también soy...' / 'Yo también tengo...' / 'Yo también fui...' , que da cuenta de esta fuerte identificación” (López y Ciuffoli, 2012, p. 88). Así, en el contexto analizado, no fue extraño ver a referentes culturales vinculados con el kirchnerismo saludando o “siendo parte” de RCA (véase Figura 5).

75 “En la Argentina 2015, Twitter no solo refleja la polarización sino que la crea a través de sus algoritmos: oficialistas y opositores viven en barrios separados y casi nunca se cruzan (...) En efecto, cada uno de nosotros vive en un mundo virtual en el cual todos somos mayoría. Quienes comulgan con la oposición viven en un mundo tuitero que se encuentra saturado de opositores. Quienes comulgan con el gobierno viven en un mundo oficialista”. Calvo, E. (2015). La grieta es un algoritmo. Revista Anfibia. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-grieta-es-un-algoritmo/>



Figura 5. Fotografía del humorista “Dady” Brieva. Identificado con el kirchnerismo.

Manuel Castells (2012) recupera el carácter emotivo que –junto con determinada coyuntura concreta- desencadena un movimiento social. En nuestro caso, el grupo RCA se constituyó en espacio de comunión ante una realidad que se evidenciaba hostil (los resultados del balotaje 2015) y que imposibilitaba la realización de un deseo (el triunfo holgado del FpV). Así, se materializó la posibilidad de que Mauricio Macri fuera presidente, lo que generó miedo en los sectores que analizamos y que tipificamos como kirchneristas. “El miedo se supera compartiéndolo e identificándolo con otros en un proceso de acción comunicativa” (Castells, 2012, p. 210). Si es representativa de lo antedicho la publicación de Silvia, integrante de RCA, escrita el 31 de octubre de 2015, en los albores del grupo: “Macri no ganó. ‘...tengo miedo que haya un día sin mañana...’”, se torna aún más gráfico el posteo de Claudio del mismo día:

“El domingo me fui a dormir llorando, para colmo el lunes fue mi cumpleaños por lo cual pase el peor cumpleaños en mucho tiempo. El triunfo de Vidal y ver el crecimiento de Macri me saco todas las esperanzas, esa noche no dormí, pensé solamente en el 2001 y sentí mucho miedo. Hoy, 1 semana después vuelvo a sentir esperanzas, jamás milite para FPV pero viendo el buen trabajo que están haciendo, el apoyo que le dieron a Cristina me hizo recuperar las esperanzas, creo que podemos lograrlo, tengo mucha fe, la militancia le va a dar el triunfo el

22 a Scioli, hay que seguir así. Hay mucha gente que no está informada, por ejemplo conozco a una empleada doméstica que voto a Macri, cuando ningún gobierno hizo tanto por ellas, les dio hasta paritarias, por lo cual claramente el problema no es que sean gorilas, sino que no están informados bien, y ese es el objetivo, hacerle llegar a esa gente quien es Macri y quien es este gobierno. Vamos gente! Nosotros podemos!”.

La transformación de la emoción en acción. Como indica Castells (2012), cuando el proceso de acción comunicativa induce la acción colectiva y se efectúa el cambio, la emoción positiva más fuerte prevalece: el entusiasmo, que potencia la movilización social deliberada. Los individuos entusiastas y conectados, una vez superado el miedo, se transforman en un actor colectivo consciente” (Castells, 2012, p. 210). Entendemos que estos dos momentos se comprueban en la dinámica e identidad de RCA, en general, y en el comentario repuesto con anterioridad, en particular. Primero, miedo y angustia, después, entusiasmo y esperanza. De esta forma, ante esta situación, la morfología de las redes de comunicación en el contexto de la sociedad contemporánea “dan forma al proceso de movilización y, por tanto, de cambio social” (Castells, 2012, p. 210).

Creemos necesario indicar que la emergencia de RCA es causalidad de múltiples factores. Si bien componemos la dimensión emocional del fenómeno, nos parece que hay que reponer, también, la campaña del FpV en aquel contexto, signada por una marcada “laxitud oficialista”, un perfil “confuso” y “contradictorio” (Grimson, 2015), cuya rasgo más evidente fue el quietismo de la estructura de campaña kirchnerista (La Cámpora, Unidos y Organizados, etc.⁷⁶) ante el hecho de tener que apoyar a un candidato que habían criticado (Daniel Scioli) hasta que se efectivizó la lista  nica⁷⁷

76 La Cámpora (LC) es una organización política peronista/kirchnerista fundada en 2006, fruto del encuentro de organizaciones preexistentes (Juventud Presente, GEN, etc.) y la iniciativa de Néstor Kirchner. Si bien en un inicio se la consideró una agrupación de la juventud peronista, a posterior, y con el ingreso de múltiples referentes/militantes; trascendió este recorte. Su principal referente es Máximo Kirchner, hijo de Néstor y Cristina. A su vez, muchos de los militantes/funcionarios más reconocidos de la gestión de CFK son parte de la organización: Eduardo “Wado” De Pedro, Andrés “Cuervo” Larroque, Mariano Recalde, Juan Cabandi , etc. Por otra parte, Unidos y Organizados fue un frente de agrupaciones kirchneristas (del que LC fue parte) lanzado por CFK en 2012.

77 Aun así, Horacio González, referente del espacio intelectual kirchnerista, Carta Abierta, diría que iban a votar a Scioli “desgarrados” y que estaban “disconformes” con el gabinete anunciado por el candidato.

(dejando fuera de competencia para las presidenciales alternativas como Agustín Rossi, Aníbal Fernández o Florencio Randazzo). De esta forma, hubo una apuesta por “militar” las campañas distritales de candidatos “puros” (como el ex ministro de Economía, Axel Kicillof, en la Ciudad autónoma de Buenos Aires) en detrimento de la figura contradictoria de Scioli. Como indicamos anteriormente, el margen por el que triunfó la fórmula del FpV, en las generales de octubre de 2015, fue menor al esperado y no alcanzó para evitar el balotaje (Wacker, 2016). En este contexto, dan a la luz experiencias como RCA y “Amor sí, Macri no”; y se comienza a hablar de “la campaña de la gente” (reapropiada línea argumentativa como “campaña del miedo”⁷⁸ por los medios hegemónicos concentrados) ante la percepción de cierta parsimonia o desidia en la organización de la campaña kirchnerista⁷⁹:

“Fallaron varios dirigentes en representar de buena manera al fpv los que no fallaron fueron y serán los militantes buenas noches” (Frank, 29 de octubre de 2015), “Compañeros hoy una laburante de quilmes me dijo que su barrio estuvo plagado de gente del pro con globitos de colores repartiendo la cara de Mauricio sonriendo, entonces no es todo construcción mediática si lo sumamos a este reconocimiento que hacen estos dirigentes!! NOS DORMIMOS EN LOS LAURELES, pensamos que la campaña era la realidad, creímos que al no haber corridas cambiarias, paros etc todo estaba de nuestro lado, se colgaron de nuestras tetas kirchneristas y ocuparon el territorio. No estuvimos ahí en las esquinas bonaerenses militando por scioli. Es difícil porque ellos pagan tienen a

Horacio González: "En Carta Abierta vamos a votar a Scioli, pero desgarrados" (22 de octubre de 2015). La Nación. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1838691-horacio-gonzalez-en-carta-abierta-vamos-a-votar-a-scioli-pero-desgarrados>

78 La campaña del miedo, a full: según Scioli, “con Macri se vienen los aumentos de tarifas” (5 de noviembre de 2015). El Cronista. Recuperado de <https://www.cronista.com/elecciones2015/La-campana-del-miedo-a-full-segun-Scioli-con-Macri-se-vienen-los-aumentos-de-tarifas-20151105-0100.html>

Macri apuntó a Scioli por la "campaña del miedo": "La avala y trata de hacerse el distraído" (3 de noviembre de 2015). TN.com.ar. Recuperado de http://tn.com.ar/politica/macri-apunto-scioli-por-la-campana-del-miedo-la-avala-y-trata-de-hacerse-el-distraido_633016

79 Tita Ayan opina que la campaña de 2015 fue “terrible. Me parece que la diferencia entre las elecciones primarias y el balotaje, esa diferencia la achicó la gente que salió a ponerse la camiseta (o sin camiseta) a salir a achicar esa brecha, sino hubiéramos perdido por mucho más. La campaña me pareció (...) patética” (26 de agosto de 2017, anexo 2).

un ejército de laburantes pagos repartiendo globitos pero nosotros tenemos convicciones. Estamos a tiempo de no ser cartera!!!!” (Sol, 29 de octubre de 2015).

Entonces, sectores ya caracterizados de la sociedad identificados con el kirchnerismo se sintieron mal representado (en términos de campaña) y asustados por la contingencia (posible triunfo de Macri). Pasaron a la acción, con cierto entusiasmo y motivados por la esperanza de modificar el horizonte electoral, cuando superaron el miedo, mediante la manifestación de la indignación ante una realidad hostil (“la poca memoria que tiene la gente por dios!!!”), a partir del encuentro empático de experiencias similares en el grupo de Facebook RCA, que operó como referente identitario vía compañerismo, compartiendo sentimientos, y construyendo procesos de comunicación horizontales. Como indica Castells (2012):

“mediante la producción de mensajes autónomos para los medios de comunicación de masas y el desarrollo de redes autónomas de comunicación horizontal, los ciudadanos de la era de la información pueden inventar nuevos programas para sus vidas con los materiales de sus sufrimientos, sus miedos, sueños y esperanzas. Al compartir experiencias, construyen proyectos. Subvierten la práctica habitual de comunicación ocupando el medio y creando el mensaje. Superan la impotencia de su desesperación solitaria comunicando sus deseos. Luchan contra el poder establecido identificando las redes de la experiencia humana” (p. 26).

Así, ese diálogo a través de los muros y las publicaciones, compartiendo la tristeza, buscando culpables y realizando balances, se transformó en acción, en salir a la calle a “ganar” votos “convenciendo indecisos”, en el contacto cara a cara o en las redes, para resistir a Macri como metonimia del Neoliberalismo oculto tras un discurso moderado (“Nadie va a perder lo que tiene. Vamos a poder crecer”⁸⁰):

80 Twitter de Mauricio Macri, 27 de octubre de 2015. Recuperado de <https://twitter.com/mauriciomacri/status/659212998788124672?lang=es>

“Buen día gente ... ayer entre una cerveza y otra gane 10 votos ... 5 troskos y 5 de massa ...gracias a dios la gente está entendiendo de lo que está en juego ... vamos por más ...” (Marcelo, 31 de octubre de 2015). “Hola Kompas!! yo estoy haciendo lo mismo con una amiga que voto a macri y ahora tiene dudas.. una charla mas con ella y el voto es nuestro!! Juro que no puedo creer que estemos en esta situación... la poca memoria que tiene la gente por dios!!! VAAAMOS QUE PODEMOOOOOOSSS!!!!!!!!!!!!!!!” (Laura, 29 de octubre de 2015).

Con cierto conocimiento del esquema de la propiedad de los medios masivos locales -fruto de la puja por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el “seisieteochismo” ya descripto- , la comunicación en RCA se asentó en el uso de Internet -con Facebook pero no solamente- y aplicaciones de comunicación inalámbricas como Whatsapp en los teléfonos móviles. De esta forma, las redes sociales ofrecieron la posibilidad de discutir, definir y coordinar actividades. A su vez, al momento de la acción optaron, también, por hacerse visible en el espacio público como lugares donde se desarrolla la vida social con el fin último de acercar electores a la candidatura de Scioli. En este sentido, se desdoblaron en espacios públicos con potencia simbólica (plazas, estaciones, esquinas y calles referenciadas, etc.) creando comunidad (momento de encuentro entre “compañeros”) y dando lugar a una adhesión emplazada, “estando ahí”. Como señala Castells (2012):

“crean un espacio público, espacio para la deliberación que finalmente se convierten en un espacio político (un) espacio hibrido entre las redes sociales de Internet y el espacio urbano ocupado: conectando el ciberespacio y el espacio urbano en una interacción incesante y construyendo tecnológica y culturalmente comunidades instantáneas de prácticas transformadoras” (p. 28).

Tendencia descripta que se contrapone al movimiento (pos) moderno de los cuerpos en las ciudades enunciado por Richard Sennett: “el ingeniero idea caminos por los que la gente pueda desplazarse sin obstáculos, esfuerzo o participación” (Sennett, 1997, p. 22). Así, mientras el autor denuncia un espacio urbano convertido en medio neutro permanente -el gris hormigón armado no estimulante- para un movimiento continuo de los cuerpos, parte de la potencia de RCA se vislumbra en la irrupción (e

interrupción) en el espacio público a partir de un encuentro masivo en un parque o un cacerolazo en una calle. Bifo (Franco Berardi) afirma que se ocupa una plaza, una calle o un territorio, a pesar de que allí no reside ningún poder político y que el sistema financiero no se localiza en una dimensión territorial, porque los manifestantes necesitan “la reactivación de una dimensión afectiva y territorial que permita reconstruir las condiciones emocionales de la solidaridad. (...) Una sublevación colectiva es en antes que nada un fenómeno físico, afectivo, erótico. La experiencia de una complicidad afectuosa entre los cuerpos”⁸¹. Es el nosotros “compañero” que intentamos reponer.

RCA en la etapa del balotaje 2015, en parentesco con otros movimientos sociales contemporáneos, demostró numerosas formas de vincularse y conectarse. Sus integrantes repusieron un tejido de redes online y offline, instituidas e instituyentes, diluyendo las divisiones y dinamizando una estructura descentralizada -sin líderes concretos y con una líder espiritual (CFK) que construía identidad pero no así organización-, horizontal -favoreciendo la colaboración y solidaridad entre pares y distinguiéndose de las organizaciones verticales- y, por esto, permeable a la participación de la población.

Ante un hecho movilizante como el resultado de la primera vuelta presidencial y la derrota en provincia de Buenos Aires del FpV, RCA surgió en Internet de manera espontánea (Ferraudi et al., 2017; Damiani Ameri y Nuñez, 2016) y tendió a desplegarse en el espacio urbano a través de convocatorias, reuniones, encuentros en plazas públicas o iniciativas autoconvocadas produciendo un tiempo continuo o atemporal de politización en el que se desdibujaron las distinciones entre lo virtual y lo material. A su vez, sin perder la dimensión emocional -como ya hemos repuesto-, RCA se viralizó por contagio desde San Martín de los Andes (iniciativa de Tita Ayan: “Invité a unos amigos, a otros, a otros y creció como creció”⁸²) a diferentes barrios, comunas, municipios y ciudades; logrando, en días, un entramado de discusión-acción a escala nacional.

81 Fernández-Savater, Amador (31 de octubre de 2014). Entrevista a Bifo: “Una sublevación colectiva es antes que nada un fenómeno físico, afectivo, erótico”. Eldiario.es. Recuperado de http://www.eldiario.es/interferencias/bifo-sublevacion-afectos_6_319578060.html

82 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

Capítulo IV

4.1. “No fue magia”: el impacto electoral de RCA.

“Estoy pensando que el resultado de las elecciones fueron una gran cagada, pero a la vez nos está dando una gran fuerza no sólo para ganar el balotaje, sino también para que continuemos con esta lucha, mucha gente que estaba sólo contenta con el gobierno está militando como nunca lo hizo desde su lugar, de su barrio, de su trabajo. Ni un paso atrás, compañeros!!!”

Pablo (31 de octubre de 2015). Publicación en RCA.

Graciela prendió la televisión a eso de las 17hs. Antes, había chequeado Twitter y Facebook buscando algún número, dato o certeza que encorsetara la ansiedad de esa jornada del 25 de octubre de 2015. En C5N, Roberto Navarro -periodista afín al kirchnerismo y de perfil opositor a Macri- vociferaba, asentado en un zócalo televisivo, que había ganado Scioli por amplia diferencia. En ese momento, Graciela, soñó con evitar el balotaje.

La política es el arte de lo posible y en aquel octubre argentino de 2015 el devenir fue pura potencia. Así, desafiando pronósticos, la fórmula de Mauricio Macri y Gabriela Michetti, de la alianza Cambiemos, obtenían un 34% contra un 37% del oficialista FpV. A su vez, y sumando en sorpresa, dato y ruptura, María Eugenia Vidal, la candidata del PRO de Cambiemos, se consagraba como gobernadora del histórico bastión peronista, tierra de Duhalde, las manzaneras y los barones, la provincia de Buenos Aires.

Sabor amargo en la lengua y un nudo en el estómago. Graciela era optimista pero, en aquel momento, su optimismo le parecía negación ¿y si Macri era presidente?

Aquel lunes era sumamente fácil identificar a los votantes del FpV. Rostros ensombrecidos que viajaban en subtes y colectivos, contemplaban los titulares de los diarios en los puestos céntricos o fumaban con la mirada perdida. En la oficina pública, el panorama para Graciela no se mostraba más primaveral. La angustia se apoderaba de muchxs compañerxs de trabajo. Macri no solo era metonimia de Neoliberalismo. Macri funcionaba como metonimia de un universo, de una cosmovisión política, que parecía

derrumbarse. La modernización⁸³ de la política, los empresarios, el discurso vacío de la respiración hindú y el onegeísmo; mixturado con Gilda, meritocracia, y globos coloridos, se llevaban puestos al conurbano peronista, al sustrato inmaterial del progresismo kirchnerista tan ávido de símbolos. El choripán, la marcha y los cuerpos desbordados como estigma-bandera o gesto plebeyo para un sector social que se encontraba lejos, en términos materiales y culturales, y lo consumían y apoyaban con cierto goce estético, realista y mágico; se veía ultrajado, como el niño proletario de Lamborghini, por los chicos bien del cardenal Newman⁸⁴.

Graciela se sentía mal, estaba triste, le dio miedo quedarse sin trabajo y le preocupaba, mucho, el horizonte del balotaje. Su marido estaba igual. Sus amigxs, también. Estaba enojada con la gente que, presumía, había votado a Macri. Un bigote, un caniche o una chomba *Tommy* eran indicio suficiente necesario para develar al opositor.

El martes, una notificación de Facebook le avisó que su amiga Susana la había incorporado al “grupo secreto” RCA. Entró y encontró, en el muro de la plataforma, comentarios de personas que no conocía, que estaban en diferentes puntos del país y escribían con formas y giros diferentes al de ella (y entre sí). Que compartían su afinidad con el kirchnerismo y su amor por CFK pero, más que eso, compartían y verbalizaban la angustia, miedo e indignación que les había generado el resultado electoral ¿y si Macri era presidente?

RCA se asentó en gran medida en Internet, a través de Facebook, como elemento necesario pero no suficiente para su acción colectiva. En este sentido, en las sociedades actuales, las redes sociales digitales y plataformas inalámbricas son herramientas decisivas para movilizar, organizar, deliberar, coordinar y decidir. Sin embargo, el rol de “la red de redes” va más allá del uso instrumental: crea las condiciones que permite a un movimiento espontáneo, sin líderes, sobrevivir, deliberar, coordinar y expandirse (Castells, 2012). Así, RCA permitió a un segmento de la sociedad fundamentalmente de clase media identificarse con un colectivo, compartir experiencias y gestar una conversación empática. Como refiere Tita Ayan:

83 Natanson, José (17 de agosto de 2017). El macrismo no es un golpe de suerte. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/56997-el-macrismo-no-es-un-golpe-de-suerte>

84 Al colegio cardenal Newman asistieron Mauricio Macri y buena parte de los referentes del PRO.

“la gente (en el grupo) hacía medio una cosa de desahogo. Que muchos era 'bueno, el grupo no está para esto', pero sirvió para contener. Era como romper con estas cuestiones de la militancia de siempre que siempre se tiene que hablar de cosas serias, intelectuales y muy importantes y nada más. No, en la vida cotidiana pasan cosas muy importantes también, y el grupo sirvió para eso un montón”⁸⁵.

Superado el miedo y la indignación inicial, RCA pudo convertir esa pluralidad de sensaciones y condiciones materiales en acciones colectivas múltiples en un mundo híbrido (diluyendo las fronteras entre prácticas *online* y *offline*). Plazas, volanteadas, *flyers* virtuales, cadenas de mensajes; estos simpatizantes kirchneristas “suelos” o “silvestres”, no captados por las estructuras orgánicas -dado su verticalismo-, sintieron, como lo reflejan sus publicaciones, que podían modificar la realidad a partir de estrategias de “micromilitancia”⁸⁶ para “convencer” ciudadanos en favor del candidato del FpV, Daniel Scioli. Como expone Ayan:

“En un principio (...) se sumaban muchas estrategias. Como también éramos pocos, podíamos ver las estrategias que cada uno hacía y contábamos cómo militábamos cada uno en el lugar dónde estábamos, qué hacía cada uno para convencer a otro, desde ‘estoy chamuyándome a un pibe y de paso esto...’ hasta ‘les digo a mis compañeros de laburo tal cosa’, ‘yo estoy en el supermercado y me hago que hablo por teléfono para que escuchen todo lo malo que tengo para decir de Macri o lo bueno que tengo para decir de’...todo, estrategias. Y nos dábamos un poco de ánimo, también, parecía un grupo de autoayuda”⁸⁷.

De la misma forma, Graciela Moreno en una carta de lectores en la Revista Veintitrés publicada en noviembre de 2015 señala:

85 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

86 Manual de Técnicas de Resistencia Activa-Micromilitancia (Anexo 3).

87 Ibid.

“Así como la muerte de Néstor Kirchner fue un motor que impulsó un regreso a la militancia política, la derrota en la provincia de Buenos Aires y el ajustado resultado final alentaron cientos de acciones de marketing de guerrilla desde muchísimos sectores. Todos comenzaron a juntarse, a crear grupos en Facebook, a hacer convocatorias, e inauguraron en pocas horas una nueva forma de hacer campaña política, espontánea, sin guiones previos, con la sola convicción de tener claro el camino a seguir”⁸⁸.

En este apartado, nos interesa interrogarnos hasta qué punto, el “espontaneísmo intencionado” (Damiani Ameri y Nuñez, 2016) de RCA en la etapa de balotaje, condicionó el resultado electoral posterior.

En la coyuntura analizada, RCA tuvo una dimensión autoreflexiva permanente. Así, fue frecuente encontrar comentarios y discusiones en torno al rol como grupo y un qué hacer -pseudo leninista- constante para pulir las estrategias autoconvocadas en la epopeya electoral. Una faceta interesante es el hincapié en el carácter pacífico del colectivo ante un discurso mediático opositor que, cuando lo convirtió en actor, tendió a estigmatizarlo⁸⁹. Así, en su nota de prensa, destacarán que:

“Si bien no es necesario explicarlo porque está expuesto en cada momento dentro de los debates de este Facebook, lo dejamos por escrito: promovemos la paz, la democracia, el debate ciudadano, cuidamos la institucionalidad, amamos nuestra patria, deseamos el bien para todos. Aceptamos la pluralidad y el resultado de las elecciones, simplemente pensamos diferente y en este grupo virtual se han reunido las voces en un mismo sentido. Pero somos gente común y corriente, ni siquiera organizados, ejerciendo el rol que la Constitución nos permite ejercer: expresarnos, participar y ampliar la democracia”⁹⁰.

88 Moreno, Graciela (2015). Acciones militantes. Revista veintitrés. Recuperado de <http://www.veintitres.com.ar/article/details/46782/acciones-militantes>.

89 Resistiendo con aguante, la nueva agrupación K para pelear contra Macri (6 de enero de 2016). La Política Online. Recuperado de <http://www.lapoliticaonline.com/nota/95153/>

90 Nota de prensa de Resistiendo con Aguante (Anexo 1).

Por otra parte, más allá del objetivo claro de derrotar a Macri en el sufragio del balotaje de 2015, en RCA convivieron numerosas reivindicaciones y motivaciones lo que atentó contra la construcción de un programa y, más aún, de formalizar en una organización centralizada (a posterior, y como analiza el trabajo de Damiani Ameri y Núñez y afirma, en entrevista, Tita Ayan; aparecieron múltiples RCA territoriales) o un liderazgo encarnado (más allá, como dijimos, de la intangible figura de CFK) ya que su consenso y unidad dependía de la deliberación permanente. En este sentido, como señala Castells (2012), son movimientos de opinión pública con consecuencias electorales. Por esto, entendemos que, de no haberse generado la movilización ciudadana a favor de Scioli en el balotaje, la alianza Cambiemos hubiese obtenido un resultado más abultado. También, así lo cree RCA, en general, y Ayan, en particular. En la entrevista realizada para este trabajo y en la nota de prensa del grupo tras la derrota electoral afirmarán que se obtuvo el 49% porque “la gente de a pie salió a achicar la diferencia”⁹¹, “a ponerse la camiseta (o sin camiseta) (...) sino hubieramos perdido por mucho más”⁹². Igual concepción sostuvo el antropólogo Alejandro Grimson quien, en un artículo de noviembre de 2015, analizando la elección, dirá que “a la publicidad y al debate con alto rating, debe sumarse la intensa actividad callejera que la militancia social y política inventó por sí misma. El voto a voto. No caben dudas de que sin esa intensa actividad la distancia hubiera sido mayor y la distancia es relevante. Pero no alcanzó”⁹³. Fue un momento en el que se ensayó hablarle a los no convencidos a partir del debate franco con objetivo claro. Como ya dijimos con anterioridad, ante la ausencia de un aparato de campaña eficaz y coordinado, la militancia “silvestre” pero, también, la de base de las organizaciones; se las ingenió para salir a buscar los votos, muchas veces, encontrándose en las calles.

A su vez, en los primeros meses de gobierno de Macri, estos colectivos de militantes “suelos” se mantuvieron movilizados y reaccionaron más velozmente que el entramado de organizaciones kirchneristas que tardaron en recobrase de la derrota

91 Nota de prensa de Resistiendo con Aguante (Anexo 1). El resultado definitivo del escrutinio fue de 51,34% para la alianza Cambiemos 51,34% y 48,66% para el Frente para la Victoria. En votos, representó 12.988.349 contra 12.309.575, una diferencia de 678.774.

92 Entrevista a Tita Ayan (26 de agosto de 2017, anexo 2)

93 Grimson, Alejandro (2015b): La pregunta por la derrota cultural. Revista Anfibia. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-pregunta-por-la-derrota-cultural/>

electoral. Como es lógico también, este estado de lucha permanente no fue sostenible en el tiempo por una iniciativa espontánea que se activaba, en función de cada medida reactiva que el macrismo propinaba en términos de derechos y democracia ampliada, otra vez, desde el enojo -como incapacidad de aceptar la nueva correlación de fuerzas (Grimson, 2015b).

Ya en otra etapa, muchos de los integrantes de RCA, superaron, nuevamente, la etapa catártica: construyeron organizaciones territoriales (Damiani Ameri y Nuñez, 2016) o se sumaron a organizaciones preexistentes -como La Cámpora-. Los que se desmovilizaron, los que “volvieron a sus casas”, mantuvieron el encuentro virtual como un gesto identitario y empático donde “ahogar las penas” y reflexionar en torno a una realidad contingente.

4.2. Reflexiones finales

“Hoy un artículo especula sobre el término “Resistiendo”, y lo toman como algo negativo. Quizás para comprender mejor ese sentir del 48.60% de la población baste con oír el clásico ‘Resistiré’ de Estela Raval, ya que el nombre inocentemente proviene de allí (si tienen dudas al menos lo podrían preguntar a alguna de las 500.000 personas que participan, ningún medio se comunicó con ninguna)... y el agregado “con aguante” es más nostálgico que revolucionario, ‘soy como el junco que se dobla pero siempre sigue en pie... soportaré los golpes y aunque los sueños se rompan, resistiré’”⁹⁴.

El balotaje del 22 de noviembre de 2015 terminó con el periodo de gobierno popular comenzado en 2003 por Néstor Kircher y continuado por su esposa, Cristina Fernández de Kirchner. Gestiones que tuvieron sus claroscuros, según que eje se aborde, pero que fortalecieron un Estado que intercedió en favor de los intereses de los sectores populares. Una “oleada” de democracia ampliada que levantó la bandera de los derechos humanos y la integración regional; y que dinamizó el consumo de los sectores medios y bajos y la movilidad social ascendente. Proceso autodenominado “década ganada” en el que los gobiernos kirchneristas ponderaron el rol de la política para la resolución de los conflictos y la administración de las voluntades. En este sentido, la sociedad toda, directa o indirectamente, se politizó. Se recuperaron el debate público y las pasiones antagonistas (kirchnerismo/anti kirchnerismo, la “grieta”) amplificadas por la potencia de las TIC en contexto post industrial de las sociedades capitalistas.

Como hemos dicho, la coyuntura actual -y lo que se puede revelar del devenir- está atravesada por una hipertrofia de la dimensión comunicativa en el marco de una

94 Nota de prensa de Resistiendo con Aguante (Anexo 1); y nota referida: Resistiendo con aguante, la nueva agrupación K para pelear contra Macri (6 de enero de 2016). La Política Online. Recuperado de <http://www.lapoliticaonline.com/nota/95153/>

sociedad organizada en red en la que el informacionalismo se torna en nuevo paradigma y el progreso técnico prosigue su marcha. Ubicuidad tecnológica conectiva que es multicausal, condiciona al sujeto y sus expresiones modulando nuevas formas de (auto) control social agradando, brindando confort, y generando dependencia. *Smartphones* y RR. SS. que desdibujan los límites entre el mundo virtual y material, un “estar” permanente. Un emplazamiento estable, continuo, almacenable y analizable. Como ya señalamos, a través del Big Data, el uso de algoritmos para predecir conductas y construir propaganda política a medida no son ficciones distópicas. Ante esto, surgen formas híbridas para llevar adelante las campañas electorales: pintar un muro, circular un flyer, poner una mesa en una esquina transitada, realizar un spot televisivo o pagar publicidad en Facebook; nuevas alquimias ante antiguos desafíos. Así también, la movilización social se manifiesta de nuevas maneras, reconvirtiendo viejas prácticas y dando lugar a experiencias noveles. A través del análisis de RCA entendimos que podíamos explicitar esta relación dinámica de fuerzas, tensiones y distensiones en el marco de nuevos escenarios de lucha. En este sentido, planteamos que las TIC abren espacios para la práctica política ciudadana y producen un traslado de la comunidad como espacio físico público hacia los medios como espacio virtual principal, amplificando el primero a través del segundo.

Entendemos que el patrón que articula las coyunturas es la mixtura, una composición de elementos residuales, de tiempo atrás, y fragmentos novedosos. También, creemos que de contingencias únicas, en las que diferentes causas se encuentran, emergen experiencias inéditas. Nos parece que, si bien no fue magia, algo mágico⁹⁵ se produjo en el período que va de las elecciones presidenciales generales de octubre al balotaje de noviembre de 2015. A su vez, estos acontecimientos, como hemos dicho, son producto de determinaciones históricas repuestas condicionadas, en el contexto actual, por las TIC.

95 El periodista Hernán Brienza, en relación con el periodo kirchnerista, dirá que: “Es posible que no haya sido magia en el sentido de ‘artilugio’ y mucho menos en el sentido de ‘truco’, ‘timo’ o ‘engaño’. Pero sí fue mágico. ¿Puede algo que no haya sido magia convertirse en mágico? Sí. Lo mágico –categoría poco científica y poco política, a decir verdad- está relacionado con lo “encantado”, lo “extra-ordinario”, lo que “está fuera de los común” y nos deja admirados por su belleza o por su virtud. Es posible que no haya sido magia. Pero fue mágico”. Bienza, Henán (20 de septiembre de 2015). No fue magia, pero fue mágico. Infonews. Recuperado de <http://www.infonews.com/nota/250360/no-fue-magia-pero-fue-magico>

Aquel día posterior a las generales de octubre de 2015, hubo una sensación de que lo que se perdía ante un eventual triunfo de la alianza Cambiemos era vasto, la tangencia de la conciencia histórica del último tiempo, el macro relato de lo Nacional y Popular. El sentir, para un sector de la sociedad, era de orfandad: Mauricio Macri venía a matar al *pater familias*, el Estado; y a sepultar un periodo que, si bien perfectible, había dado lugar a una ola democratizadora heredera del “espasmo participativo” de 2001. Ante esa sensación de miedo y enojo, al momento de su creación -el 26 de octubre de 2015-, RCA operó como referente identitario gestando un lugar de pertenencia y recogimiento ante una realidad que se tornaba hostil para “ciudadanos comunes y corrientes” ¿y si ganaba Macri? En ese espacio en el que “estaban todos” y se dialogaba entre “compañeros”, la angustia y la queja fueron dejando lugar a la acción. Pura posibilidad, los integrantes del grupo no solo sintieron que tenían que hacer algo, lo hicieron.

Herederos del “seisieteochismo” vehiculizaron prácticas productoras concebidas como actos militantes. Así, refutar notas del diario Clarín, sacarse una fotografía con un cartel “bancando” a Scioli o coordinar una volanteada se transformaron en las formas participativas de una militancia “silvestre” que surgía al margen de las estrategias políticas centralizadas en RR. SS. y de las organizaciones partidarias. Repertorios que recordaran viejos recursos de protesta de los sectores medios (puestos en juego, recientemente, en la crisis del 2001) con iniciativas novedosas; que articulaban horizontalismo con espontaneísmo. Condicionados (como límite y potencia) por la plataforma Facebook, estos sujetos que reivindicaron el “resistir” inspirado más en la canción de Estela Raval que en la épica peronista, reaccionaron ante una situación que los asustaba y que, entendían, estaba en sus manos revertir -ante una estructura de campaña que se evidenciaba desorganizada y contradictoria-. Ante esto, hicieron uso de su memoria histórica para poner en juego recursos usados articulados con sus cotidaneidades atravesadas por un “estar” en las RR. SS. que desplegó una ocupación concreta del espacio público simbólico. Esquinas transitadas, plazas referenciadas, estaciones de ferrocarril; múltiples lugares que sirvieron de escenario para el teatro de los “suelos” en su búsqueda por sumar votos.

Sin el accionar de grupos como RCA, “Amor sí, Macri no” y otros; creemos que el resultado habría sido más abultado en favor de la alianza Cambiemos. A posterior, por

su propia naturaleza y la lógica de la chispa y la llama, estos grupos se consumieron en una movilización permanente que se tornaba insostenible para individualidades no organizadas atravesadas por sus estados de ánimo y propias cotidianeidades. Así, quienes no se retiraron de las calles tendieron a vincularse con espacios orgánicos más tradicionales. En este sentido, se torna interesante relevar a futuro como repercutió la incorporación de estos militantes en la fisonomía y línea política de las estructuras más clásicas ¿estás cambiaron a aquellos o fue a la inversa? A su vez, la experiencia muestra lo límites de estas nuevas formas de participación en tanto y en cuanto no se estructure en estructuras estructurantes que venzan al tiempo y la contingencia de las individualidades. Porque, como decía el general Juan Domingo Perón, “el hombre no vence al tiempo; la organización es lo único que puede vencerlo”⁹⁶.

96 Perón, Juan Domingo (2 de agosto de 1973). Mensaje a los gobernadores de provincias. Recuperado de <http://www.elortiba.org/020873.html>

Bibliografía

- Antentas, J. M. y Vivas, E. (2012). Planeta Indignado. Madrid: editorial Sequitur.
- Alabarces, P. y Oliván, M. J. (2010). 678: la creación de otra realidad. Buenos Aires: Paidós.
- Barbero, J. M. (2000). Ensanchando territorios en Comunicación y Educación, en Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías. Bogotá: Siglo del Hombre editores.
- Barranco Fragoso, R. (2012). ¿Qué es el Big Data? IBM. Recuperado de <https://www.ibm.com/developerworks/ssa/local/im/que-es-big-data/>.
- Benjamin, W. (2007). Sobre el concepto de Historia. Tesis, apuntes, notas, variantes. Buenos Aires: Piedras de Papel.
- Bosoer, Fabián (2015) Relato K, último capítulo: ¿“cuanto peor, mejor”? Revista El Estadista: Recuperado de <http://elestadista.com.ar/?p=9143>
- Bourdieu, P. (2000). La opinión pública no existe. Recuperado de http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_OPE.pdf
- Burbules, N. (2008) Riesgos y promesas de las TIC en la educación. ¿Qué hemos aprendido en estos últimos diez años? En Las TIC: del aula a la agenda política (pp. 31-44). Buenos Aires: UNICEF.
- Calvo, E. (2015). La grieta es un algoritmo. Revista Anfibia. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-grieta-es-un-algoritmo/>
- Carrillo Ballesteros, J. G. (2016). Camino a la emancipación social del Sur: Los nuevos movimientos sociales y las crisis. En Revista Ciudadania e Direitos Humanos v.2 n. 1 (2016). Pernambuco: Faculdade Ascens.
- Castells, Manuel (Ed.). (2006). La sociedad red: una visión global. Madrid: Alianza editores.
- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet. Madrid: Alianza editores.

Catalayud, E. (2015). El webdoc como nuevo espacio de participación ciudadana: el caso de 0Responsables (Barret Films 2013-2014). En Revista Dígitos n.1 (2015). Valencia: Universidad de Valencia. Recuperado de <http://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/11>

Cheresky, I. (2003). La política después de los partidos. Buenos Aires: Prometeo.

Clerici, P.; Cruz, F.; Goyburu, L. (2016). Dos territorios. Las elecciones argentinas 2015 en Twitter. Recuperado de <https://www.coalicionescgicp.com.ar/wp-content/uploads/2016/12/Clerici-Cruz-y-Goyburu-2017.pdf>

Condorcet, N. (1980). Bosquejo de un cuadro histórico de los progresos del espíritu humano. Madrid: Editora Nacional.

Damiani Ameri, R. y Nuñez, J. (2016). Tensiones y continuidades: formas de participación política ancladas en las redes sociales de las clases medias en la Argentina actual. Recuperado de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.8941/ev.8941.pdf

Deleuze, G. (1990). Posdata sobre las sociedades de control. Recuperado de <http://www.fundacion.uocra.org/documentos/recursos/articulos/Posdata-sobre-las-sociedades-de-control.pdf>

Diéguez, A. (2005). El determinismo tecnológico: indicaciones para su interpretación. Recuperado de http://institucional.us.es/revistas/argumentos/8/art_4.pdf

Ferraudi, C.; Pinedo, J. y Welschinger, N. (2017). Resistiendo con Aguante. Prácticas de subjetivación política en Facebook como plataforma de militancia. Recuperado de <http://ides.org.ar/wp-content/uploads/2012/04/8.-FERRAUDI-CURTO-PINEDO-Y-WELSCHINGER1.pdf>

Foucault, M. (2002). Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Feixa, C., Fernández-Planells, A., & Figueras, M. (2016). Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social. En Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, v. 14 n. 1 (pp. 107-120). Colombia: Universidad de Manizales.

Fernández-Savater, Amador (31 de octubre de 2014). Entrevista a Bifo: “Una sublevación colectiva es antes que nada un fenómeno físico, afectivo, erótico”. Eldiario.es. Recuperado de http://www.eldiario.es/interferencias/bifo-sublevacion-afectos_6_319578060.html

Gainman, N. (2016). *American Gods*. Buenos Aires: Roca Editora de Libros.

Galarza, D. (2006). Las políticas de integración de las TIC en los sistemas educativos. En Palamidessi, M. (Ed.), *La escuela en la sociedad de redes* (pp. 33-49). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

García, C. (2011). *Seisieteochistas: 678 como referente identitario* (tesina de grado). Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Buenos Aires.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

García Linera, A. (2016). *Derrotas y victorias*. Recuperado de <http://vicepresidencia.gob.bo/Derrotas-y-victorias>

Granovsky, Martín (2016). Entrevista a Álvaro García Linera: “Las transformaciones son por oleadas”. Telesur. Recuperado de <http://www.telesurtv.net/bloggers/Entrevista-con-Alvaro-Garcia-Linera-Las-transformaciones-se-dan-por-oleadas-20160828-0003.html>

Grimson, A. (2015a). El peligro de subestimar. *Revista Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/el-peligro-de-subestimar/>

Grimson, A. (2015b): La pregunta por la derrota cultural. *Revista Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/la-pregunta-por-la-derrota-cultural/>

Hall, S. (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

Han, Byung-Chul. (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Buenos Aires: Herder.

Han, Byung-Chul. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Buenos Aires: Herder.

- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Hobsbawn, E. (2009). *La era de la revolución*. Buenos Aires: Crítica.
- Hobsbawn, E. (2013). *Un tiempo de rupturas: sociedad y cultura en el siglo XX*. Buenos Aires: Crítica
- Klein, N. (2002). *No Logo: el poder de las marcas*. Buenos Aires: Paidós.
- Marcuse, H. (1969). *El fin de la utopía*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Marcuse, H. (1985). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Planeta Agostini.
- Montero, A. S. y Vincent, L. (2013). Del “peronismo impuro” al “kirchnerismo puro”: la construcción de una nueva identidad política durante la presidencia de Néstor Kirchner en Argentina (2003-2007). *Revista Postdata* 18 n.1 (pp. 123-157). Recuperado de <http://www.revistapostdata.com.ar/2013/04/del-peronismo-impuro-al-kirchnerismo-puro-la-construccion-de-una-nueva-identidad-politica-durante-la-presidencia-de-nestor-kirchner-en-argentina-2003-2007-ana-soledad-montero-y-lucia-vinc/>
- Natanson, José (17 de agosto de 2017). El macrismo no es un golpe de suerte. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/56997-el-macrismo-no-es-un-golpe-de-suerte>
- Negri, A. y Hardt, M. (2011). *Common Wealth. El proyecto de una revolución del común*. Madrid: editorial Akal.
- Laclau, E. y Mouffé, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid: Siglo XXI editores.
- Levy, Pierre (2007). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. México: Anthropos.
- López, G. y Ciuffoli, C. (2012). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La Crujía.
- Lozada, Mireya (2004). El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina. En Daniel Mato (coord.), *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización* (pp. 167-180). Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.

Ortiz, R. (1998): Modernidad, mundo e identidad, en Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Perón, J. D. (2 de agosto de 1973). Mensaje a los gobernadores de provincias. Recuperado de <http://www.elortiba.org/020873.html>

Pineda de Álcazar, M. (2010). Las nuevas prácticas ciudadanas en Internet y las oportunidades para políticas de comunicación participativa. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3739703.pdf>

Ramonet, I. (2008). Las tres crisis. Le Monde diplomatique n.153 (Julio 2008). Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=70140>

Rinesi, E. (2016). En latinoamerica los verdaderos republicanos somos nosotros: los populistas. En Restauración conservadora y las nuevas resistencias en Latinoamérica. Buenos Aires: Fundación Germán Abdala.

Rojas, F.; Poveda, L.; Grimblatt, N. (2016). Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40528/6/S1601049_es.pdf

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa.

Sennett, R. (1997). Carne y piedra: el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental. Madrid: Alianza editorial.

Sibilia, P. (2005). El hombre postorgánico. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Sibilia, P. (2009). La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Sunstein, C. (2003). República.com: Internet, democracia y libertad. Barcelona: Paidós.

Svampa, M. (2011). Tres lecturas sobre la rebelión de 2001. Recuperado de <http://www.ctys.com.ar/index.php?idPage=20&idArticulo=1532>

- Tamayo Acosta, J. J. (2014). Utopía e indignación. Un fantasma recorre el mundo: los Indignados. En *Revista Andaluza de Antropología. Los Movimientos Sociales y la Contestación al Orden Global*. n. 6 (2014). Madrid: Universidad Carlos III.
- Tarrow, S. (1997). *El poder en Movimiento*. Madrid: Alianza editores.
- Tilly, C. (1978). *From Mobilization to Revolution*. Addison-Wesley (Mass.), Reading. New York: Michigan University.
- Tilly, C. (1984) *Les origines du répertoire de l'action collective contemporaine en France et en Grande-Bretagne*. Paris: *Revue d'Histoire*.
- Tilly, C. y Wood, L. (2010). *Los movimientos sociales 1768-2008: desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.
- Tiqqun (2015). *La hipótesis cibernética*. Buenos Aires: Hekht Libros.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza & Janes.
- Torre, J. C. (2005). *La operación política de la transversalidad. El presidente Kirchner y el Partido Justicialista, Argentina en perspectiva. Reflexiones sobre nuestro país en democracia* E. Baistrocchi et al. Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella y La Crujía Ediciones.
- Voloshinov, V. (1976). *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Vommaro, G. (2015). *La nueva derecha argentina y las paradojas de este tiempo*. En *Revista Horizontes del Sur* n. 2 (pp. 198-205). Argentina.
- Wacker, D. (2016). *Redes de afecto y ciudadanos (in)mediatizados. El caso "Amor sí, Macri no"* (Argentina, 2015). Recupero de http://www.academia.edu/25749055/Wacker_Diego_2016_Red_de_afecto_y_ciudadanos_in_mediados._El_caso_Amor_s%C3%AD_Macri_no_Argentina_2015_
- Wainfeld, M. (2016). *Kirchner el tipo que supo*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Imágenes

Figura 1. Cuenta de Twitter de Eduardo de Pedro (25 de noviembre de 2015).

Recuperado de <https://twitter.com/wadodecorrido/status/669598303412232192/photo/1>

Figura 2. Tapa de la revista Time (2011). Personalidad del año: el manifestante.

Recuperado de <http://content.time.com/time/person-of-the-year/2011/>

Figura 3. Flyer “Plazas del pueblo” (enero de 2016). Recuperado de

https://www.diarioregistrado.com/politica/mira-el-cronograma-de-las--plazas-del-pueblo--para-el-verano_a56afbbf27e7f86ae3499e2d2

Figura 4. Cacerolazos de protesta (19 de diciembre de 2001). Cooperativa de

fotógrafos. Recuperado de <http://www.sub.coop/es/historias/2001-de-frente-es>

Figura 5. Fotografía del humorista “Dady” Brieva. Identificado con el kirchnerismo.

Recuperado de <https://www.taringa.net/posts/noticias/19512759/Dady-Brieva-sigue-resistiendo-con-aguante-Suspende-funciones.html>

Anexo

1. Nota de prensa de Resistiendo con Aguante publicada por Tita Ayan el 2 de diciembre de 2015.

Participantes de Resistiendo Con Aguante, les pedimos atenta lectura de lo siguiente y su más amplia difusión, luego. Gracias!

¿Cómo nació Resistiendo Con Aguante?

Sin imaginar cuánto crecería, nació de un simple grupo de FB creado por una persona sin militancia especial, más allá de sus opiniones personales, que luego del resultado del 25-octubre decidió con sus amigos dialogar argumentos con el único objetivo de salir a "convencer indecisos" en favor del modelo Nacional y Popular. Esta consigna tan simple hizo que al día siguiente el grupo de 20 subiera a 100, y luego a 1000 y a la semana de su creación ya superara los 200.000 autoconvocados. Es a la vista de cualquiera, un grupo que nació espontáneamente, sin ningún liderazgo especial por detrás. Ni siquiera con un partido político o referentes que lo lideraran mas allá de la clara superioridad de participantes kirchneristas y peronistas. Es evidente al entrar al muro de FB la participación de muchos ciudadanos independientes, gente de izquierda, del socialismo, del radicalismo, es muy plural.

Autoconvocados

Resistiendo con Aguante el pasado 22-nov contaba con 365.000 autoconvocados, a la fecha está llegando a los 500.000. Es un grupo cuya configuración indica "secreto" lo cual implica que cada persona que ingresa al grupo fue invitada por otra. Esta norma está desde el principio porque se trataba tan solo de un grupo de amigos, no radicaba en ello ninguna estrategia en especial. Luego se mantuvo así ya por consenso de los mismos participantes, para evitar un ingreso masivo de "infiltrados o trolls" cuyo único objetivo es distraer, generar discordia o inventar mensajes dentro del FB que no pertenecen al espíritu del mismo. Pero el contenido del FB por supuesto no es secreto, como podría serlo si somos casi medio millón de argentinos!

La mejor manera de demostrar lo plural y espontáneo que Resistiendo con Aguante es, resulta de observar la cantidad de espacios en las redes sociales que se han creado con ese mismo nombre... Aclaremos que esos espacios son de pura responsabilidad de quienes los crearon, no se trata de una actividad centralizada, ni con un liderazgo

determinado, desde el grupo inicial de Resistiendo los administradores voluntarios sugieren a los nuevos FB que mantengan las mismas pautas que se detallan abajo (adjuntos a esta nota), y podrán leerse en las “descripciones de grupos” en los FB que han aceptado seguir esas consignas de paz, democracia, pluralidad, institucionalidad y debate responsable.

También espontáneamente los participantes se ofrecen y van rotando en el ROL de administradores que cumplen la única función de eliminar los conocidos “trolls o infiltrados” que claramente desde una ideología contraria a la que se expresa en el FB intentan violentar los mensajes del grupo. Pero tampoco los "administradores" son responsables por los debates que ocurren dentro del FB. Tan solo cuidan que se respeten los principios (*)

Especialmente a los periodistas que se han ocupado de hablar de este grupo:

Si bien no es necesario explicarlo porque está expuesto en cada momento dentro de los debates de este Facebook, lo dejamos por escrito: promovemos la paz, la democracia, el debate ciudadano, cuidamos la institucionalidad, amamos nuestra patria, deseamos el bien para todos. Aceptamos la pluralidad y el resultado de las elecciones! simplemente pensamos diferente y en este grupo virtual se han reunido las voces en un mismo sentido. Pero somos gente común y corriente, ni siquiera organizados, ejerciendo el rol que la Constitución nos permite ejercer: expresarnos, participar y ampliar la democracia.

Por supuesto iremos a despedir a la gestión actual y a nuestra Presidenta, en paz.

Se oyen algunos medios intentando adjudicar expresiones violentas a Resistiendo con Aguante, sin pruebas y solo porque les asusta una reunión "virtual", es un simple grupo de FB (donde participa gente dispersa por todo el país), deseamos denunciar de ante mano que vemos sus intenciones plasmadas en la cantidad de infiltrados "trolls" que intentan dejar expuestas convocatorias FALSAS en un muro de FB. Es vergonzoso que consideren peligroso y amenazante un grupo espontáneo que saben - porque quienes lo están investigando todo el tiempo “lo saben” - que no hay nada detrás. Los mismos periodistas que hablan, saben que están atacando a ciudadanos comunes. Debería darles vergüenza. Inventan lo que tienen ganancia de inventar solo porque tienen el poder de

hacerlo y atacan a personas que no tienen como defenderse desde el anonimato de la ciudadanía.

Las menciones de estos influyentes periodistas nos hacen dar cuenta de lo importante que es el pueblo unido. Gracias por reconocerlo, pero no caigan tan bajo de inventar motivos para demonizarnos, somos realmente ciudadanos democráticos, deseamos la paz para nuestro país y para nuestros hijos, en todo caso seremos una oposición responsable y les aseguramos generar amor y no odio. El odio y la grieta han venido siempre desde lados espurios y lo saben quienes han sido los artífices de esos slogans. Nosotros - por supuesto - jamás hemos llegado siquiera a tener un micrófono delante. Estos periodistas lo saben, por eso inventan. Porque solo tenemos este canal - las redes sociales - para expresarnos.

Denunciamos sus falsas acusaciones

Denunciamos que las declaraciones realizadas por los periodistas que han demonizado este espacio plural, democrático y espontáneo que representa al 48,60% de la población que NO votó al Neoliberalismo, levantan post de los trolls (infiltrados) que incluso sospechamos que pueden ser enviados por ellos mismos, a participar del grupo como encubiertos. Es una práctica conocida por cualquiera que participa en las redes, es muy fácil ejecutarla. Nunca en Resistiendo con Aguante se habló de levantamiento, de saqueos, ni de perjudicar en la economía a otros compatriotas. ¿Quieren un ejemplo de cómo funciona? Hubo UNA única vez un post de un troll que escribió “¿Dónde están los chumbos?” tuvo 524 denuncias (esto quiere decir que la misma gente indicó ese mensaje como FALSO e inapropiado) en tan solo 2 minutos y fue eliminado (bloqueado)... pero nos dimos cuenta que su actuar no fue al azar ni independiente, porque alcanzaron esos 2 minutos para que los periodistas funcionales a generar odio publicaran en sus inmensos y poderosos programas que Resistiendo con Aguante estaba conspirando.

Nada está más lejos de la realidad que viven los participantes de Resistiendo y está a la vista de quién lo quiera ver. Somos ciudadanos comunes y corrientes, la mayoría no había militado nunca, no hay en el grupo presencias importantes - referenciales - de fuerzas partidarias. Y cuando las hay en general los mismos participantes no les permiten “bajar línea”: esto no es por negativa, sino por cuidar el espíritu de Resistiendo con Aguante.

Hoy un artículo especula sobre el término "Resistiendo", y lo toman como algo negativo. Quizás para comprender mejor ese sentir del 48.60% de la población baste con oír el clásico "Resistiré" de Estela Raval, ya que el nombre inocentemente proviene de allí (si tienen dudas al menos lo podrían preguntar a alguna de las 500.000 personas que participan, ningún medio se comunicó con ninguna)... y el agregado "con aguante" es más nostálgico que revolucionario, "soy como el junco que se dobla pero siempre sigue en pie... soportaré los golpes y aunque los sueños se rompan, resistiré". Queremos recordar que fue posible en 12 años cambiar el rumbo de un país, vimos un renacer de la democracia, otra manera de convivir, por supuesto que hay mucho por mejorar, pero no nos queremos olvidar que fue posible: por eso el aguante!

¿Y ... a ver ... a vos te pagan por estar en este FB?

Bueno, cómo es eso de que hay gente paga... es absolutamente falso y ellos lo saben, una vez más simplemente inventan. Podemos creer que este rumor en lugar de ser mal intencionado, nace de personalidades que no entienden que los pueblos manejan ideales. Y que las convicciones alcanzan... al menos alcanzan para participar en un Facebook (la Argentina es uno de los países donde más usuarios de FB hay... lo aclaramos por las dudas). Es bastante ridículo viéndolo desde quienes participamos en un FB casero, que salgan semejantes periodistas a ocuparse de decir que por darle un click a un espacio virtual nos pagan! Se han vuelto expertos en inventar cosas ridículas, pero nos preocupa más que han logrado educar a un tipo de público que cree esas cosas sin ninguna prueba.

PERO... alguien sí les pagan a los infiltrados

Sospechamos que los "trolls e infiltrados" podrían ser pagos, porque además actúan de manera organizada y sistemática, con muchas horas al día y sin descanso.

No queremos dejarlo pasar porque demuestra una incapacidad preocupante de aceptar la democracia, la pluralidad de opiniones y el debate ciudadano, eso sí que es anti constitucional. Lo mismo que es un delito inventar acusaciones y generar sospechas sobre una persona que es inocente y sobre la cual no se tiene ninguna prueba en referencia a las acusaciones.

Es simple darse cuenta que si los integrantes de este grupo son acérrimos defensores de la democracia y de los actos pacíficos, los actos de violencia que los infiltrados intentan

generar, provienen de sectores reacios a que la población opine libremente y defienda sus derechos. Nadie de Resistiendo con Aguante fomenta ni desea participar de actos de violencia o incosntitucionales y dada la pluralidad de los participantes.

Señores periodistas, ¿a Uds. les parece apropiado que en un espacio de convocatoria espontanea, en donde se pueden leer miles de manifestaciones de amor, concordia, solidaridad, y donde además se intenta discutir de política, lo único que les interesa recalcar son las poquísimas expresiones inadecuadas que no representan al conjunto ni espíritu de este espacio?

¿Por qué quienes ganaron ahora desean generar rumores de desestabilización?

Nos llama la atención que compatriotas que han ganado una elección y que ahora van a asumir la responsabilidad de gobernar, deseen desestabilizar. ¿Nos pueden explicar por qué?

¿Nos están usando?... Nos llama poderosamente la atención que pongan a un grupo de ciudadanos comunes y corrientes como “enemigos” cuando es evidente que ni siquiera estamos organizados. Y quienes así lo denuncian lo saben. Y saben que no tenemos otro medio de expresión que este mismo, ni referentes que salgan a hablar en nuestro nombre.

Por eso: queremos con esta nota de prensa declararnos a favor de la paz, absolutamente en contra de toda movilización desestabilizante. No es difícil para nadie levantar una bandera o ponerse una remera que diga Resistiendo y accionar violentamente, pero sepan todos Uds. que no es este grupo de ciudadanos quienes lo motivarían jamás.

Queremos demasiado a nuestra patria y a nuestros compatriotas (a todos) como para hacernos ese daño. Una cosa es debatir diferencias políticas y otra es desestabilizar, por favor! hemos madurado. Habrá madurado la ultra derecha?

Quién desea eso en su propio terreno. Entendimos gracias al gobierno saliente QUE LA PATRIA ES EL OTRO y eso nos incluye a todos. A quienes votaron ahora al Neoliberalismo tan solo quisiéramos llegarles con nuestros debates, trabajaremos fuertemente como ciudadanos para argumentar lo que pensamos: el neoliberalismo tal y como recientemente también lo ha expresado el Papa Francisco, no genera bienestar común, concentra riquezas y poder generando más pobreza y avasallando derechos, el medio ambiente y el sentido mismo de la vida. Este debate debe llevarse de manera

madura, como ciudadanos responsables. Siguiendo nuestra Constitución que nos propone a todos buscar el BIEN COMUN.

Esta nota fue redactada con la aprobación y acotaciones de más de 500 personas gracias a las redes. No porque lo digamos nosotros, sino porque efectivamente está sucediendo alcanza con que una simple repostera del interior del país tenga una iniciativa para que cientos de miles de personas decidan acompañar. Será que era "una idea cuyo momento ha llegado"...

Quizás esas cosas sí pasan en la vida.

Quizás sí somos una ciudadanía fuerte, autocrítica y que no necesita de caudillos para tomar decisiones en conjunto.

Quizás sí somos empoderados... pero todo eso está por verse. Recién empieza. Aceptemos TODOS la nueva etapa democrática que tenemos por delante.

Debatir una porque expresarse nos convoca en un lugar común, que es el más sagrado de una democracia: la libertad de expresión. No debatir, no poder expresarse: separa.

¿Qué desea cada uno de los que denuncia a este grupo? Conviene recordar que la política es la discusión de los pueblos.

Resistiendo con Aguante, con esta nota pasa a ser un movimiento popular, en cada ciudad la gente que se identifica con este sentir ciudadano plasmado en nuestro espacio de Facebook, plural, pacífico y democrático se junta espontáneamente y actúa con responsabilidad por sus derechos, por su día a día, por el futuro de sus hijos, por los esfuerzos nacionales, a no perder lo ganado y a mejorar el futuro. A cuidar a nuestros niños, a los ancianos, la diversidad, a cuidar nuestro medio ambiente y fomentar la PAZ.

Los invitamos a debatir sobre el Rol del Ciudadano, sobre la Democracia ampliada que como todos saben es representativa, participativa y directa; a debatir de Dignidad e Igualdad, de Inclusión y Justicia Social. Debatir de esos temas no es estar en uno u otro lado, no es generar una grieta, es ser justamente un CIUDADANO activo... más bien creemos que son las bases de todos los actúan en política. Luego, debatamos de economía y luego de partidos políticos.

Eso esperamos todos de Resistiendo con Aguante. Un gran debate. Y quienes tengan como tarea impedir que ese debate se dé, estarán ellos incurriendo en un grave delito

cívico por no permitir la libre expresión y las corrientes naturales de pensamiento que se va gestando en nuestro pueblo.

Nota: este espacio “Resistiendo con Aguante” no pide datos personales, ni dinero. En cada ciudad los mismos auto convocados son responsables de sus actos Y COMO CIUDADANOS libres pueden generar su propio espacio de debate. A nivel general solo se emiten sugerencias. Es muy - pero muy - notorio el consenso generado en el grupo de medio millón de argentinos auto convocados que se sintetiza en estos principios:

Principios declarados por Resistiendo con Aguante:

- En este espacio Resistimos contra el Neoliberalismo
- Se aceptan todas las opiniones políticas constructivas y respetuosas. No pretendemos tener uniformidad de opiniones, la diversidad hace a la democracia y la política es la discusión de la ciudadanía.
- Se aceptan todas las religiones o la ausencia de ellas
- Nuestros principios son la Dignidad, la igualdad y la libertad respetuosa, siempre en favor del bien común y no de un sector.
- No permitimos insultos, el humor argentino tiene buena cuota de mensajes al límite. Nos encanta el humor, pero lo grosero/discriminador se retira inmediatamente.
- Si se hacen denuncias debe informarse alguna fuente para avanzar con mayor información.
- Cuando detecten infiltrados con mensajes no apropiados, por favor reportarlo a los administradores. Se sugiere no contestarles. Su tarea es hacernos perder tiempo, energía y generar discordia.
- Vamos a sostener la participación democrática y libre. Todos somos capaces de organizar acciones con nuestro entorno, pero #ResistiendoConAguante ya tiene su espacio y convocatoria, por favor no usen el nombre para otras cosas, no estamos generando webs o nada extra. Colaboremos en la coherencia.
- Sabemos que se generan páginas de Facebook por provincia, sugerimos que se llamen #ResistiendoConAguanteTucumán (por poner un ejemplo) pero para que no se duplique su creación, pedimos que primero lo conversen en este espacio general. Los administradores de cada facebook nos tenemos que mantener en contacto en este

Resistiendo así vamos coordinando juntos los accionares. Y estaría bueno mantener las consignas generales pero sobre todo este "código de convivencia" que permitirá que todos participemos en paz, en democracia y con libertad.

- Si se te ocurre algo más para aportar será bienvenido. La opinión es parte INDISPENSABLE de este espacio democrático.

2. Entrevista a Tita Ayan realizada el 26 de agosto de 2017.

¿Cuándo y cómo surgió la iniciativa de RCA en Facebook? ¿Cómo se dio el proceso de masificación del grupo y a qué se lo adjudicás? ¿A quiénes entendés que reunió RCA? ¿Quiénes participaron? ¿Qué se generó en este espacio de encuentro?

Primero, al grupo lo hice al otro día de que perdimos, o sea, “perdimos”, en las elecciones antes de ir al balotaje, las primarias, que habían sido malísimos los resultados; lo hice al otro día a la mañana, invite amigos de San Martín (n. de e. San Martín de los Andes) y algunos de Buenos Aires. Creo que éramos treinta en total. Cada uno podía ir sumando a otro. Así empezó. Y se empezó a agrandar, y agrandar, y agrandar. Los primeros días era de a cien, a la semana de a diez mil; ya el último día era cien mil, fue como muy...no sé, ante la desesperación de salir a hacer algo.

En un principio –que para mí fue uno de los momentos más ricos del grupo- se sumaban muchas estrategias. Como también éramos pocos, podíamos ver las estrategias que cada uno hacía y contábamos cómo militábamos cada uno en el lugar dónde estábamos, qué hacía cada uno para convencer a otro, desde “estoy chamuyándome a un pibe y de paso esto...” hasta “les digo a mis compañeros de laburo tal cosa”, “yo estoy en el supermercado y me hago que hablo por teléfono para que escuchen todo lo malo que tengo para decir de Macri o lo bueno que tengo para decir de”...todo, estrategias. Y nos dábamos un poco de ánimo, también, parecía un grupo de autoayuda. Pero en un principio, no tanto, te diría que fue más estratégica la cosa. Después, una vez que perdimos fue muy de autoayuda. Me parece que lo que pasó fue que la “grieta” se re

notó, se notaba en las familias, en todos lados; entonces la gente hacía medio una cosa de desahogo. Que muchos era “bueno, el grupo no está para esto” pero sirvió para contener, en algún punto. Era como romper con estas cuestiones de la militancia de siempre que siempre se tiene que hablar de cosas serias, intelectuales y muy importantes y nada más. No, en la vida cotidiana pasan cosas muy importantes también, y el grupo sirvió para eso un montón.

Después, lo que pasó con Resistiendo fue que en muchos lugares se empezaron a hacer grupos más allá del nacional. Se hicieron los regionales: el de Berazategui, el de Quilmes, el de Florencio Varela, el de C. A. B. A., el de San Juan, así; y ahí empezó a haber un poco de conflicto. Algunos tenían relación con nosotros, otros no. Algunos decían nosotros somos territoriales y otros son virtuales, y eso no tiene nada que ver, porque uno no tiene que andar contando lo que hace todo el tiempo pero más vale que uno milita en el lugar donde está, con la gente que tiene alrededor; el territorio se hace en el lugar donde estás, con la gente que tenés al lado. Más vale que todo lo que se dice en Facebook es Facebook. Con esos grupos regionales, con algunos tenemos contacto: con C. A. B. A. sí, con los de Berazategui capaz también porque yo soy de Ranelagh, entonces cuando fui los vi. Con algunos sí y con algunos no.

La gente tomó ese nombre (por RCA) porque se sintió identificada, capaz, con que cualquier persona, sin tener años de militancia, podía salir a hacer algo. Se sintieron contenidos bajo ese nombre pero, en realidad, son muy diferentes los grupos en cada lugar, en cada provincia, la manera de organizarse. Algunos son asamblearios, otros no. Pero bueno, sirvió para incentivar a un montón de gente a que se ponga a militar y eso está buenísimo.

Me parece que el grupo pegó, no por lo que yo haya planteado –porque no hubo mucho planteo- haya sido brillante. De hecho, esa especie que contamos quienes somos surgió después de que el grupo ya existía, no hubo un planteo. La verdad que nació así. Invité a unos amigos, a otros, a otros y creció como creció. Después, cuando se pone grande es “qué hago con esto”, “me hago cargo”, “hago cualquiera”; te tratás de hacer cargo de la mejor manera posible. Tratás de no poner cualquier gilada. A veces sí, porque soy un ser humano y se me antoja poner una gilada como cualquiera, pero tenés que tener un poco más de cuidado. En ser un poco claro en el mensaje. Pero no fue pensado y si se hizo masivo es porque le pasaba lo mismo a un montón de gente. Era una necesidad de

la gente que nunca había militado (o algunos que sí) que tenían que salir a la calle y ponerse a militar, cada uno desde el lugar donde estaba. Empezar a hacer cosas. Los que somos del palo, o no tan del palo, que nos parece que este gobierno de ahora es muy nefasto, que es la derecha más conservadora, chota y facha que hay; nos dio tanto miedo que fue “bueno, me pongo a hacer algo o la miro por la tele”. Me parece que a muchos nos pasó lo mismo y por eso se agrupó tanta gente en ese espacio virtual. No porque yo haya dicho algo brillante como para que piensen “guau, esta piba la tiene re clara, que iluminada, vayamos acá” porque no fue así, para nada. De hecho, hay mucha gente ahí adentro que dice diez mil cosas más brillantes que yo, mucho más preparada, más capacitada.

¿Qué relaciones se entablaron con las organizaciones políticas tradicionales del FpV?

En el grupo estaban casi todos los políticos (del FPV). Por una cuestión política, a ellos les sirve. Con algunos tuve más contacto en un principio hasta que después, por alguna diferencia política, no. Sabbatella, fue uno de los que me recibió primero, con Gabriela Cerruti; yo fui, me encontré con ellos y estuvo buenísimo, de hecho, el vino a San Martín (de los Andes) y yo compartí escenario con él. Está bueno, empezás a tener acercamiento con algunos políticos pero la realidad es que hay cuestiones...

No tuve mucha relación con políticos directamente porque vivo acá. Me imagino que si estuviera en C. A. B. A. las cosas serían distintas. Sí por teléfono, por Whatsapp, con algunos, con otros no; porque nosotros no somos políticos, esa es la realidad. Somos un grupo que se junta ahí (por Facebook), cuenta cosas de militancia y cuestiona cosas también.

¿Qué caracterización hacés de la campaña del 2015 del FpV? ¿Se puede diferenciar la etapa de las generales de la del balotaje? Sí es así, ¿qué prácticas se pusieron en juego en la segunda etapa que la diferenció de la primera? ¿Creés que la movilización ciudadana en el contexto del balotaje tuvo influencias en el resultado?

La campaña del 2015 me pareció terrible. Me parece que la diferencia entre las elecciones primarias y el balotaje, esa diferencia la achicó la gente que salió a ponerse la camiseta (o sin camiseta) a salir a achicar esa brecha, sino hubiéramos perdido por mucho más. La campaña me pareció tan patética como la de ahora. Para mí, la de ahora, eso de “no venimos bien”, me parece una paparruchada. La gente ya sabe que no venimos bien, tenés que proponer otras cosas, vos sos el político.

Prefiero ser una ciudadana que es consciente de ser ciudadana de derechos y de obligaciones como militante de un proyecto con el que acuerdo en un alto porcentaje. Creo constructivo que tus propios militantes te exijan una buena representación.

Capaz tenga una mirada muy poética de la militancia pero la poesía es una de las pocas cosas que nos diferencian de los monos. Néstor era un poeta. Cristina es una power, quizás menos poética pero en un mundo machista te pones más guerrera capaz. Yo la amo, y aun así tengo mis críticas.

Hay que volver a hablar mano a mano, casa por casa, puerta por puerta. Y hay que volver a estar en el campo popular de verdad, en territorio. Estar ahí no sólo antes de las elecciones. Estar donde hay que estar, desde el corazón. Además, seamos federales de verdad. Militar con pertenencia. Hoy milito por Neuquén, mi voz representada en el Congreso por mi candidato neuquino. No tendría que ver a los porteños pateando la calle acá, otra peli.

TECNICAS DE RESISTENCIA ACTIVA-MICROMILITANCIA



TECNICAS DE RESISTENCIA ACTIVA-MICROMILITANCIA

OBJETIVO: ofrecer información veraz a lxs ciudadanxs para despertar conciencia sobre los procesos sociales que se viven y las decisiones gubernamentales que afectan a toda la sociedad. Ofrecer datos orientados a establecer CAUSAS y CONSECUENCIAS de los procesos sociales que estamos viviendo.

DESTINATARIOS: ciudadanos comunes (principalmente desconocidos)

CONTEXTO: nuevo gobierno argentino de corte neoliberal con blindaje de medios de información hegemónicos (enero 2016).

ESPACIO CIBERNETICO

Debemos aprovechar esta herramienta de los tiempos actuales de la manera más óptima. La idea fundamental de estas acciones es lograr nuestro objetivo en el menor tiempo posible y con el menor gasto de energía posible.

- 1. Compartir en las redes sociales utilizadas habitualmente información veraz y chequeada.** Elegir noticias simples, directas, de fuente confiable. También es bueno compartir entrevistas a expertos u artículos de opinión, siempre y cuando sean de fácil acceso al lector. No agregar interpelaciones al lector (del tipo: "Yo te avisé y no escuchaste", genera rechazo), a menos que sean en primera persona (esto genera empatía, por ej. "Esta noticia me entristece mucho"). Evitar compartir flyers groseros, ofensivos, burlones, que menosprecien al que piensa distinto o con información sin chequear. Compartir siempre en nuestras redes la información que no se publica en medios oficialistas. Contar con una serie de fuentes confiables a las que recurrir (listado de medios de información).
En lo que respecta a **Facebook**, tener en cuenta que al no tener contactos con pensamiento diferente al nuestro estamos limitando la llegada de la información, por eso sería interesante revisar nuestras decisiones de eliminar de nuestras amistades a quienes no comparten nuestras ideas.

2. Participar de foros de diarios de amplia tirada y (de)formadores de opinión (Clarín, La Nación, La voz, Infobae, etc.) y en otros espacios de intercambio virtuales (páginas de Facebook).

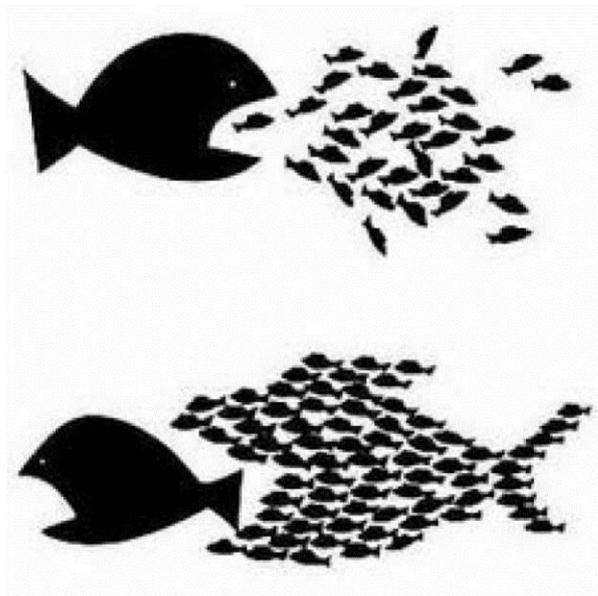
Los perfiles para comentar pueden ser tanto los propios como abiertos específicamente para estos fines. La idea es dedicarle unos minutos al día de esta práctica, sin que sea necesario perder mucho tiempo. Lo ideal sería organizar esta participación, por ej., dedicarse un día a cada medio o bien elegir una misma noticia en distintos medios. Cualquier otra participación, desde nuestra subjetividad y sin atender a una planificación, quizás resulte una pérdida de tiempo en estas circunstancias. No engancharse en discusiones, no responder agresivamente a provocaciones, no responder a foristas que todo el tiempo están pidiendo explicaciones para hacernos perder el tiempo. Tener en claro el objetivo de que estemos opinando en un foro determinado: INFORMAR- INTERPELAR- HACER REFLEXIONAR. No son objetivos de esta acción: persuadir, hacer cambiar de opinión, insultar, menospreciar y, menos que menos, alterarse por las posturas que podemos llegar a ver en los demás. Lo importante es mantener la calma, cuidar nuestro tiempo, energía y no perder de vista el objetivo de la intervención.



Las maneras de participar pueden variar:

- A) VISIBILIZACION DE HECHOS. Copiar y pegar un extracto informativo breve (a veces se puede copiar de lo que puso otro forista), link o flyer sobre alguna noticia que no está siendo difundida por los medios oficialistas (marchas, despidos, medidas, etc.). Con sólo ponerlo al azar, aquí y allá –a lo largo del foros suficiente. Tener en cuenta las pautas de cada página (algunas no permiten pegar textos con demasiada frecuencia o tienen pautas en cuanto a extensión).
- B) COMPLETAR HUECOS INFORMATIVOS. Copiar y pegar un dato sobre la noticia que se comenta que no está presente en el cuerpo de la misma (por ej., en noticias de la designación de jueces, la información de que uno de ellos trabajó para Clarín).

- C) PREGUNTA INGENUA -Este recurso es más apropiado para usar en foros de páginas de Facebook u otras donde hay un mínimo nivel de intercambio, no son indicados aquellos espacios con un flujo rápido de comentarios- Usar el foro para interpelar respetuosamente a los demás foristas frente a afirmaciones falaces que se estén haciendo: “Cuál es la fuente de eso?” “¿Por qué decís eso?”, “¿Cómo se entiende eso?”, etc. También se puede apelar a la expresión de un acuerdo parcial, “Está bien lo que decís, pero....”, “Pienso lo mismo pero me pregunto si....”.
- D) COMENTARIO DESUBICADO. Dejar comentarios informativos en foros que no tienen que ver específicamente con los temas de actualidad, por ejemplo: páginas de chimentos o noticias deportivas.



ESPACIO COTIDIANO

- 1- **Carteles con datos, información fiable, causas y consecuencias.** Tener a mano un par de fotocopias con información que creamos importante, redactada de manera simple y concisa (datos numéricos, cuadros, “Antes/Ahora”). No debe tener membrete ni lemas, simplemente la información. Tener esto a mano, puede impedir entrar en discusiones o tratar de establecer argumentaciones que el otro se puede cerrar a escuchar. Así como brindar información express aún a personas conocidas. Cada tanto, se pueden liberar libremente en espacios públicos.

Otra variante muy necesaria es **pegar cartelitos** con ese mismo tipo de información en paradas de colectivos y postes. Sería bueno hacerlo en momentos y lugares que requieran una interpretación específica (por ejemplo, sería interesante difundir causas del desastroso panorama turístico que se vive y hacerlo en las mismas afectadas) o que necesiten difusión (despidos, represión, etc.). Hay personas que ya lo están haciendo, acá, un ejemplo:

Esta mañana salimos a pegar afichitos con el papá de mis hermanos, por San Martín, Buenos Aires. Estos carteles son redactados semanalmente por un grupo de autoconvocados que se encarga de informar lo que los medios quieren tapar. Si nos callan, encontraremos la manera de seguir hablando!

Nos vio el diariero de la esquina y se ofreció a meterlos en el Clarín del domingo... grosooooooooooooo!!!!!!!



- 2- **Comprar el Diario *Página 12*** al menos una vez por semana, de modo de apoyar de manera concreta este proyecto editorial opositor. Luego de leído, liberar la publicación en algún lugar público (bar, parada de colectivos, etc.).



- 3- **Intervenir diarios y otros materiales en los bares.** Se puede escribir en los márgenes de los diarios de los bares a los que vayamos. También se pueden escribir mensajes en las servilletas, o dejar impresiones con información. Lemas simples, preguntas, información breve (no insultos o apelativos despectivos).



- 4- **TV en lugares públicos.** En todos los espacios públicos a los que vayamos y estén sintonizando canales oficialistas, pedir respetuosamente que cambien de canal, o bien preguntar por qué está puesto ese canal. Si no nos prestan atención, pararse e irse. Siempre de manera amable y respetuosa. En lugares como hospitales públicos u oficinas de atención al público, pedir de hablar con encargados. Si no deseamos ir al choque, pedir simplemente si se puede poner un canal de música. Si nos dicen que tiene que haber un canal informativo, solicitar que sintonicen Crónica TV (suena neutro).
- 5- **Comercios donde se expresan abiertamente en contra del modelo nacional y popular o del kirchnerismo.** Ya se trate de otros compradores o de dueños opinando en voz alta, asumiendo que estamos en la misma postura, dirigirse respetuosamente a los dueños planteándoles que si el local no admite consumidores

con ideología adversa sería bueno que colocaran un cartel en la puerta aclarándolo, para no ir y así evitar momentos incómodos y ofensivos. Todo esto debe ser expresado con el mayor de los respetos y amabilidad.

6- Establecer listados de comercios y prestadores de servicios afines a nuestra ideología.

En este momento crítico de nuestra economía tenemos que tratar de apoyarnos entre compañerxs, además de evitar los malos tratos y comentarios ofensivos que podemos llegar a recibir por parte de comerciantes. En Facebook, las páginas “Mano de obra K” están organizadas por zonas.

A su vez, sería bueno promover las compras comunitarias para abaratar costos, favorecer el intercambio (trueque en todas sus variantes, ferias de intercambio de ropa) y toda forma de consumo colaborativo (en Google, hay mucha información sobre esto, por ej. www.consumocolaborativo.com). Podemos aprovechar este momento social para revisar nuestras formas habituales de consumo y pasarnos a modos más sustentables y comunitarios de vivir.

Algunas opciones son:

- Compartir WIFI
- Intercambio de alojamiento en casas particulares: COUCHSURFING
- Mapa para recolección de frutos en la ciudad (Buenos Aires): <http://arbolesciudad.com.ar/>
- Páginas para compartir viajes en auto: <http://www.coviajero.com.ar/>

7- Boicots y otras propuestas comunitarias (como apagones).

Nuestro dinero es una herramienta de protesta que tiene mucho más valor que otras manifestaciones. Puestos de acuerdo, podemos hacernos notar.

Al respecto, leer el capítulo 17 de CAJA DE HERRAMIENTAS COMUNITARIAS (www.ctb.ku.edu/es) “Organizar un boicoteo”, donde se expresan factores a tener en cuenta para lograr los fines deseados con este tipo de acciones. Es importante que tengamos una mínima información sobre estas estrategias, con el fin de utilizarlas de la mejor manera posible y lograr efectividad.

Asimismo, es importante ponerse de acuerdo y poder efectivizar medidas colectivas, como darse de baja a servicios monopólicos (de cable, telefonía, etc., como FIBERTEL y CABLEVISION.). Ofrecer/compartir información sobre corporaciones y holdings, tratando de difundir información a nuestro entorno. Participar activamente de las campañas que se estén realizando. Estar atentos a empresas que explotan a sus empleados o realizan despidos masivos para accionar como consumidores.

8- Mini actings concientizadores. Se pueden hacer pequeños actings en la vía pública (bares, salas de espera, supermercados, paradas de colectivos, caminando por la calle, etc.) consistentes en decir algo para que los transeúntes escuchen. Se pueden fingir llamadas telefónicas y darles el contenido que deseamos transmitir o establecer diálogos antagónicos ficticios (simular que uno de las dos personas no está de acuerdo con nosotros, esto nos permitirá desarrollar argumentos, responder preguntas, etc.). Algunas personas ya lo están haciendo, acá se incluye un ejemplo simple y efectivo:

"De campaña en el Carrefour..."

Fuimos con mi hijo, mirábamos los precios en las góndolas y cuándo había alguien cerca, yo decía:

"...¡Cómo aumentó esto!!!..."

El respondía:..."¡ Jódete.... Te dije que no lo votes !!..."

Más de uno bajó la cabeza."

Estas técnicas están emparentadas con la teoría del "Teatro del oprimido" (Augusto Boal). Al respecto, sería interesante que personas con formación afín pudieran organizar talleres de educación popular para transmitir las posibilidades de este tipo de teatro, ideales para desarrollar en esta época que nos toca atravesar.





Como pueden ver, hay muchas acciones que podemos realizar para permanecer activos en nuestra resistencia. Es un error perder tiempo y energía en largas horas frente al monitor, consumiendo noticias deprimentes. En lugar de eso, optimicemos nuestro tiempo, encaucemos nuestra energía y ACTUEMOS. Si todos los hacemos, el aporte en nuestra sociedad será concreto y visible. Más aún en los tiempos que corren: día a día más personas necesitarán información para interpretar la realidad y ahí tenemos que estar.

VAMOS QUE PODEMOS!!!!
CON OPTIMISMO Y ORGANIZACIÓN RESISTIREMOS!!!!

---ENERO 2016---