



La protesta política en las redes

Colectivos sociales en Facebook

El conductor de televisión Jaime de Althaus fue atacado el pasado viernes 6 de mayo cuando se retiraba de las instalaciones de América Televisión y Canal N, al promediar las 10 y media de la noche. Un grupo de protestantes se concentró en el lugar para emitir una opinión que se tornó en violencia. Sin embargo, lo interesante es que la convocatoria se hizo vía Facebook; a partir de la red se organizaron, convirtiéndola en el nuevo punto de activismo político.

→ El colectivo ciudadano llamado Colectivo Dignidad tiene su campo de acción en Facebook. En la red social cuenta –hasta el cierre de esta nota– con más de 700 miembros cuyo objetivo es protestar contra la prensa que ellos consideran vendida o tendenciosa a favor de la candidata Keiko Fujimori.

El viernes 6 de mayo se pasó de la virtualidad a la realidad. La cita hecha por Facebook contemplaba una tarde entera de actividades que terminarían en una protesta pacífica en

las afueras de América Televisión. ¿Cómo se traspasó la barrera de la democrática opinión a la reprochable violencia? A ciencia cierta aún no se sabe, pero las voces que gritan que hubo infiltrados o alguna manipulación psicosocial allí, se escucha cada vez con más fuerza.

Daniel Abugattás, vocero de Gana Perú, aclaró de inmediato que los seguidores de Ollanta Humala no eran responsables de la violencia de la que fue víctima el conductor del programa La Hora N, alegando que la convocatoria la hizo justamente el Colectivo Dignidad. Pero horas después se identificó al joven Jareth Solís, militante de Gana Perú, como el posible azuzador del ataque.

Las explicaciones del joven no han zanjado el tema; por el contrario, han sembrado algunas dudas al respecto. El miércoles 11 de mayo se presentó en el programa Buenos Días Perú, conducido por el periodista Beto Ortiz, y casi al culminar la entrevista ofreció una tibia disculpa a Jaime de Althaus, azuzando la suspicacia que ha levantado el hecho.

Estamos presenciando la nueva forma de asociación civil y manifestación social y política

entre los jóvenes. Las redes sociales se han convertido en el lugar favorito para expresar el aprecio o la ira frente a un hecho o situación en el país. Hay colectivos para todos los gustos, y depende de su capacidad de movimiento y estrategia para que sea un agente de impacto social en la vida real.

Sin embargo, lo sucedido el viernes 6 de mayo desfigura –según se aprecia en muchos comentarios de la misma página del colectivo– cualquier legítimo intento por expresarse. Se puede leer comentarios de adhesión pero también de rechazo absoluto a lo sucedido.

NO A KEIKO

Otro colectivo de contracampaña es el llamado No a Keiko, creado en Facebook hace dos años. Cuenta con cerca de 165 mil miembros; ellos manejan un trabajo más organizado y han logrado concentrar mucho del contenido que se postea en Internet sobre la candidata naranja. En este espacio se busca analizar todo el acontecer de la campaña pero con la intención clara y definida de influir en los cibernautas a fin de evitar que los Fujimori regresen a Palacio de Gobierno.



Aquí también se puede leer que, por ejemplo, ellos consideran que el último ataque sufrido por la candidata en Satipo, Junín, es un montaje armado para ayudar a su victimización. Es decir, la versión de los psicosociales otra vez.

FENÓMENO MUNDIAL

Este fenómeno ha surgido en todo el mundo, las redes sociales se han visto y usado como un universo infinito de difusión y adhesión a favor de algo; las causas sociales son las ideales ya que el elemento emocional está inmerso.

El contacto directo con las emociones y los deseos se conjugan con el ingrediente de poder que otorgan las redes sociales: la democratización de la opinión elevada a una potencia gigante, tener la posibilidad de convocar a través de ellas a cientos de personas iguales a ti. Para quien participa en ellas es el atractivo más grande.

La empatía y la sincronización de ideas que comparten los miembros de estos colectivos les da, además, una identidad particular, única. El hecho de compartir en un espacio abierto su pensamiento resulta muy poderoso.

“ Las avenidas de la red son copadas por mensajes directos que intentan penetrar los pensamientos de los miles de miles de usuarios de Internet. ”

Su voz empieza a contar, la suma de sus adhesiones genera una corriente de opinión que se contagia, se expande, se multiplica por obra y gracia del efecto de las redes.

En España se está organizando para el domingo 15 de mayo una gran movilización social en varias ciudades gracias al colectivo social ¡Democracia Real YA!. Esta es una iniciativa motivada por 140 asociaciones de todo tipo que expresan su opinión en su actual proceso electoral. En Facebook tienen alrededor de 20 mil seguidores y en Twitter más de 2,200. Su lema es: “No somos mercancía en manos de políticos y banqueros”.

La protesta, contracampaña o manifestación apolítica, es una fuerte herramienta en estos tiempos. No solo las redes funcionan para conseguir más adeptos sino para fortalecer a los detractores también. Las antiguas marchas en calles o grandes avenidas son comparables



al movimiento y ruido que generan estos colectivos en los ciber-ciudadanos. Las avenidas de la red son copadas por mensajes directos que intentan penetrar los pensamientos de los miles de miles de usuarios de Internet.

Humala también tiene algunos colectivos sociales en su contra. El denominado No a Ollanta tiene en Facebook más de 18 mil seguidores, aunque su actividad aún no ha salido a las calles o a la realidad, lo que no les resta capacidad de acción en el ciberespacio.

El punto a destacar es que la violencia no puede provocarse, sembrarse o difundirse bajo ninguna plataforma o soporte. Esta campaña electoral no debe convertirse en un retroceso que evidencie que no se aprendió de épocas pasadas.

“ Las redes sociales se han convertido en el lugar favorito para expresar el aprecio o la ira frente a un hecho o situación en el país. ”



Las campañas de protesta y opinión son legítimas, las adhesiones principistas también. Si las redes sociales son ahora el espacio para que mucha gente se sienta escuchada, representada o simplemente deje de ser invisible, es válido, pero no se debe traspasar los límites del imaginario ideal al golpe de puño real. ■

