

TÍTULO

Alternativa al poder; establecimiento de poder: el discurso en el canal en YouTube de Podemos

AUTOR

Gabriel Rosa Bernáez
grosab@uoc.edu

RESUMEN

En el presente trabajo se plantean dos preguntas: ¿de qué manera se conforma un discurso como forma de contrapoder a través de las redes? y, ¿cómo se articula el discurso de poder en la sociedad-red? Se realiza una aproximación a las redes y al ecosistema sociotécnico que las posibilita, centrándonos en como influyen en el escenario político, añadiendo elementos de organización ciudadana y generando necesidades de apertura en el ámbito político, lo que conlleva cambios en la estructura de poder, que requieren de la articulación de un discurso para ser posible.

A partir de la observación del canal de YouTube del partido político Podemos se analiza las vías en las que se generan las cuatro formas de poder de la sociedad-red diferenciadas por Manuel Castells a través del discurso político, sobre el que se contruye su propuesta de contrapoder de Podemos, a la vez que se establece como elemento de poder dentro de su red.

Palabras clave: discurso, Podemos, poder, redes, sociedad-red, YouTube.

SUMARIO

1. Introducción. La lógica de las redes potenciadas por la tecnología
 2. La estructura poder. La estructura del mensaje
 3. We Can: el establecimiento del poder como alternativa al poder
 4. Conclusiones.
- Referencias

1. Introducción. La lógica de las redes potenciadas por la tecnología

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación propicia escenarios complejos de relaciones que trascienden la idea de espacio físico a la vez que permiten la difusión de mensajes que atacan el discurso que desde el poder se mantiene en la sociedad, desde una resistencia al poder a través de la creación de estructuras simbólicas de poder. Pero, ¿de qué manera se conforma un discurso como forma de contrapoder a través de las redes? Y más importante aún, ¿cómo se articula el discurso de poder en la sociedad-red?

El surgimiento de nuevos escenarios para la comunicación política se muestra irrenunciable no sólo por los cambios sociales y relacionales consecuencia de las nuevas formas de organización de la comunicación, sino porque este escenario comunicativo lleva aparejado un cambio social (Castells, 2011), en la medida que los ciudadanos tienen una expectativa de apertura en los políticos, tanto en el tratamiento de los temas, como en la idea de que nada debe decidirse en una esfera privada, máxime cuando atañe al conjunto de la sociedad y a lo público. Al mismo tiempo ha establecido un campo nuevo de acción y presión política, en el que los ciudadanos se organizan y exponen a través de redes digitales, desde la inmediatez y la organización horizontal (Gutiérrez-Rubí, n.d.). Nos encontramos en un escenario político doble, en el que por un lado los partidos políticos tienen que construir un nuevo rol ante su desintermediación en el panorama público (Innerarity, 2013) a la vez que desde la ciudadanía se adoptan nuevos roles políticos, que abarcan desde el uso de herramientas para un control político a modo de registro de transparencia gubernativa¹ (Gutiérrez-Rubí, 2011) hasta un uso de Internet para la construcción de un espacio organizativo en el que ejecutar la acción política, articulado en la metodología y ética hacker; posibilitado por el acceso a una red neutral (Arnau Monterde, Rodríguez, & Peña-López, 2013) y por un acceso ubicuo a la red a través de dispositivos móviles (Monterde & Postill, n.d.). Las redes, interconectadas y potenciadas a través de las tecnologías -y dispositivos- de la sociedad de la información, generando una estructura social en la que los flujos -de información, personas o económicos- se anteponen a los espacios (Barba & Blanco, 2011).

Este escenario complejo, gestándose desde un modelo sociopolítico establecido, posibilita una ruptura de las relaciones de poder como se asumen en el modelo representativo. Esto no significa que los partidos políticos dejen de tener poder y relevancia, pues el cambio no afecta a la estructura del Estado y los partidos políticos mantienen su capacidad de decisión en la vida de las personas, pero si ha cambiado el terreno en el que operan las relaciones de poder que como señala Manuel Castells (2009) se construye entre lo global y lo local y se organiza en redes, no en unidades individuales.

¹ El control político basado en la recolección, categorización y exposición de datos recogidos sobre la acción de los políticos, elaborados generalmente a través de herramientas colaborativas como las wikis, como WikiLeaks.

2. La estructura poder. La estructura del discurso

Esta organización en redes desarrolla un ecosistema relacional, si bien éste diverge sustancialmente de los ecosistemas desde una perspectiva informacional. Las redes se implementan sobre información, que a su vez se encuentra organizada y conectada a través de los nodos de la red, pero entendemos que las redes emergen como elemento empoderador dentro del sistema en su necesidad intrínseca de generar una relación de poder², en la medida que la información dentro de la sociedad-red ya no es un recurso de adaptación al sistema, sino un elemento aglutinador que genera una organización social del poder simbólico³ (Thompson, 1998). Del mismo modo que las formas de organización de la comunicación transforman las relaciones de poder, la nueva estructura relacional afecta a la información, entendida como discurso generado.

Esa potencialidad de la autocomunicación de masas permite enviar mensajes, pero aún más importante permite participar de discursos, como elemento vehicular de las redes. Foucault entendió con brillantez que el discurso no está ligado al ejercicio de poder⁴, sino que el poder se encuentra en la propia articulación del discurso (Foucault, 1992) y el la influencia que este ejerce en la mente humana, de tal manera que “el contenido y el formato del mensaje con los marcos (patrones de redes neuronales) existentes en la mente son activados por mensajes generados en el ámbito de la comunicación” (Castells, 2009, p. 214).

3. We Can: el establecimiento del poder como alternativa al poder

Plantear una alternativa al poder establecido debe desarrollarse a través del establecimiento de una cantidad de información que se distribuya de forma fluida entre los ciudadanos, como plantea correctamente Paola Parra Saiani (2010, pág. 125) y le lleva a preguntarse sobre lo qué sucede cuando la información está bien construida y a disposición de los ciudadanos.

Podemos es un partido político que en pocos meses y con un planteamiento de redes que ellos denominan círculos ha conseguido posicionarse como uno de los principales partidos políticos tras las Elecciones Europeas del 25 de Mayo de 2014⁵. Podemos inició su andadura como movimiento sociopolítico en Enero de 2014 con un acto público de presentación del proyecto y se registró como

2 Las redes propician un empoderamiento de los actores implicados, tanto por el acceso a la información como por la capacidad de tratarla y producirla llegando “de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de la difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida” (Castells, 2009, p. 88). El empoderamiento proviene no tanto de un acceso a información, como de la capacidad de ser emisor con una audiencia potencial sin límites fijados.

3 “La capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión simbólicas” (p. 34).

4 Siguiendo a Thompson el ejercicio de los poderes económico, político, coercitivo y simbólico (1998, pág 31-36), como instituciones en las que se representa el estado-nación, con una serie de elementos culturales e ideológicos, que nosotros delimitaremos como discursivos, que los estados-nación hacían efectivos en un territorio geográfico delimitado y el estado red a través de acuerdos supranacionales y la creación de estructuras de gobierno ya no suscritas a fronteras físicas (Castells, 1998). A su vez los estados red generan su propio discurso.

5 En las elecciones europeas del 25 de Mayo de 2014 consiguió 1.245.948 votos, que le reportaron el 7,97% de los votos validos y 5 eurodiputados, situándose como 4ª fuerza política a nivel estatal.

partido político el 11 de Marzo de ese año. Si bien han utilizado todos los canales que la sociedad-red ofrece para comunicarse, creemos que la utilización del canal que abrieron en YouTube^{6 7} es significativo de una estrategia de contrapoder basada en un discurso opuesto al del poder del estado nación español y del estado-red que representa Europa al que nos venimos refiriendo.

En una publicación de temática más amplia a la que recoge este trabajo, Daniel Innerarity realiza una relación entre saber y poder, en la medida que el poder se propone como poseedor de la sabiduría y que articula en su discurso transmitido.

La tradicional equiparación de saber y poder entendía el saber como algo que puede ser controlado privadamente y de este modo limitado su acceso. Y el poder político tradicional incluye la posibilidad de limitar las libertades individuales, de imponer la propia voluntad contra la resistencia de otros, de forzar la obediencia, de amenazar con la coacción y de perseguir administrativamente, sin excluir la posibilidad de la violencia física. No son éstos el tipo de saber y de poder específicos de las sociedad del conocimiento. No se trata de que el poder pase a otras manos, sino de que se modifiquen el modo y el contenido del poder y, por consiguiente, también los medios a su alcance (Innerarity, 2011, pág. 84).

La estrategia de Podemos en YouTube se basa en la generación de contrapoder a través de la exposición pública de su discurso político. La ruptura proviene de una diferenciación en la articulación de un discurso que rompe con los parámetros postulados desde el poder.

Al observar su canal, no hay diálogo en los comentarios de los vídeos por parte de Podemos o miembros destacados del partido; tampoco existe una categorización a través de etiquetas o tags. El canal se nutre con material “en bruto”, sin apenas montaje (cabeceras, créditos o datos de la grabación más allá de los que aparecen en el título) y suelen ofrecer los actos completos, con vídeos de más de una hora de duración, en los que el discurso político es el único elemento narrativo⁸. A pesar de conformar un discurso externo y denso en su argumentación en muchos casos, y que excede las formas de consumo del medio, se trata de un discurso cohesionado entre los miembros del partido que aparecen en los vídeos, con elementos comunes para la creación de un significado común: los términos casta, ellos, nación, nosotros, abandono, esfuerzo o como tú, son constantes a

6 Su presencia en el canal YouTube se inicia el 17 de Enero de 2014 con la publicación de varios vídeos que recogen la grabación de la presentación del proyecto

7 Datos del canal de YouTube de Podemos extraídos a 31 de Mayo de 2014:

- Primera emisión: 17 de Enero de 2014.

- Contiene 90 vídeos.

- 15352 suscriptores.

- 1.356.126 visualizaciones.

- 2 listas de reproducción.

8 Con estas características el canal de Podemos no cumple ninguna de las recomendaciones que suelen ofrecerse para el éxito de los vídeos, como son brevedad, imágenes cautivadoras desde el comienzo o mantener la atención de la audiencia. Véase al respecto la Guía del creador que ofrece la herramienta, disponible en <http://www.youtube.com/yt/playbook/es/captivate-your-audience.html>

lo largo de las visualizaciones.

Se utiliza las redes para gestar un contrapoder utilizando las mismas herramientas que posee el poder: creación de un discurso que facilite la identificación y una estructura cultural por la que difundirlo. Siguiendo la clasificación de formas de poder en la sociedad-red propuesta por Manuel Castells, (2009, p.72-78), en la utilización de su canal en YouTube por el partido político Podemos encontramos un poder en red (*networker power*), en la medida que los promotores del proyecto marcaron una agenda de contenidos desde sus primeros vídeos publicados en el canal y que los diferentes actores que han ido apareciendo han adoptado. A la vez desarrolla un poder en red (*network power*), por la articulación de un discurso propio, inclusivo, con el que los votantes se sientan identificados y que será el utilizado por los diferentes nodos de la red que participan en los siguientes vídeos del canal. Participar, ser miembro, votar a Podemos, implica la aceptación de un discurso que llena la conceptualización de Grewal que cita Castells:

“En primer lugar, los estándares de coordinación son más valiosos cuanto más gente los utiliza, y en segundo lugar que esta dinámica -que describo como una forma de poder- puede llevar a una progresiva eliminación de alternativas sobre las que, en otro caso, se puede ejercer la libre elección colectivamente” (Grewal, 2008, p. 5).

El uso de YouTube es como canal direccional en el que los gestores aplican el poder de conectar en la red (*networking power*) con la elección de aquellos vídeos que contribuyen al establecimiento del discurso, a la vez que crean diferentes nodos de la red (el poder de crear redes, *network-making power*), sus círculos, que difunden en sus propios canales en los que construyen un mensaje extensivo, la autocomunicación de masas de la red.

4. Conclusiones

Las redes de contrapoder en la sociedad-red tienen un enorme potencial de difusión, pero requieren de un discurso sobre el que desarrollarse. Como muestra el canal en YouTube de Podemos para establecer una influencia en la redes que ofrezca una alternativa real de cambio, se debe gestar un discurso de contrapoder utilizando las mismas herramientas que posee el poder: generar redes y generar un discurso para ellas. La lógica de inclusión-exclusión de la red se cimenta sobre la asunción del discurso.

Se trata de influir en la agenda política, para lo cual hay que controlar, conseguir que se extiendan los principios y valores de la red; se trata de hacer propio un discurso que posibilite a los nodos pertenecer a la red; se trata de un ejercicio de control a través de la construcción de significado.

Referencias

- Barba, C. H., & Blanco, V. S. (2011). Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura. Revista de ...* Retrieved from <http://teknokultura.com/index.php/tk/article/view/14>
- Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 3. Fin de milenio. Madrid, Alianza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Universidad.
- Castells, M. (2011). *WikiLeaks to Wiki-Revolutions: Internet and the Culture of Freedom*. Northwestern University. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=0Y_4_jc-YPA
- Foucault, M. (1992). *El orden del discurso. Editorial Tusquets, Barcelona*. Barcelona: Tusquets.
- Grewal, D. S. (2008). *Network power: The social dynamics of globalization*. New Haven y Londres: Yale University Press.
- Gutiérrez–Rubí, A. (n.d.). *Otro modelo de partido es posible*. Retrieved from <http://www.gutierrez-rubi.es/2013/05/10/otro-modelo-de-partido-es-posible-ebook/>
- Gutiérrez–Rubí, A. (2011). *La política vigilada*. Barcelona: Editorial UOC.
- Innerarity, D. (2011). *La Democracia del conocimiento*. Paidós.
- Innerarity, D. (2013). ¿El final de los partidos? *EL PAÍS*. Retrieved from http://elpais.com/elpais/2013/07/26/opinion/1374855739_168114.html
- Monterde, A., & Postill, J. (n.d.). Mobile ensembles: The uses of mobile phones for social protest by Spain's indignados. *The Routledge Companion to Mobile Media. London: Routledge*. Retrieved from <http://civilsc.net/sites/default/files/Monterde-Postill-mobile-ensembles.pdf>
- Monterde, A., Rodríguez, A., & Peña-López, I. (2013). *La reinención de la democracia en la sociedad-red. IN3 Working Paper Series*. Barcelona. Retrieved from <http://idp.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1774>
- Parra Saiani, P. (2010). Conocimiento y participación: ¿Qué democracia? *Revista Latinoamericana de Metodología de Las Ciencias Sociales, 1(2)*, 112–140.
- Thompson, J. B. (1998). *Los Media y la modernidad : una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona [etc.] :: Paidós. Retrieved from http://catleg.uoc.edu/record=b1005734~S1*cat