

Los públicos y sus **infrapolíticas:** ¿hacia una revolución democrática de los *prosumidores*?

El acontecimiento 15-M subrayó en 2011 el carácter integral de la crisis sistémica en curso. A falta de una identificación con el conjunto del espectro de la clase política y de los partidos, las personas recurrimos cada vez más a nuestros usos y consumos culturales para representarnos y producir imaginarios y lenguajes políticos. A partir de la experiencia 15-M, el Estado español aparece como territorio de un viaje tendencial y multitudinario de los públicos desde su condición de sujetos del enunciado hacia su potencial cualidad de sujetos de la enunciación. Dicho tránsito se apoya en pautas de uso y consumo cultural que subrayan la naturaleza productiva de los públicos en un contexto en el que los procesos de digitalización y el desarrollo de Internet y de las redes sociales han favorecido decisivamente las dinámicas colaborativas y participativas.

Ángel Luis Lara

*State University of New York (SUNY)
Parsons The New School for Design, Nueva York*

*Y sobre todo, mi cuerpo, lo mismo que mi alma,
cuídense de cruzar los brazos en la actitud estéril del
espectador, porque la vida no es un espectáculo,
porque un mar de dolores no es un proscenio, porque
un hombre que grita no es un oso que balla..*
Aimé Césaire

*...sin empadronar el espíritu en ninguna consigna
política propia ni extraña,
suscitar, no ya nuevos tonos políticos en la vida,
sino nuevas cuerdas que den esos tonos.*
César Vallejo

Una mirada situada para un viaje reflexivo

La propuesta analítica que contiene este texto parte de una mirada netamente situada: no sólo trata de registrar y analizar algunas de las posibles cualidades y potencias emancipadoras inscritas en el presente, sino que participa de una conversación interna a dicho campo que prioriza la elaboración y los intercambios políticos más allá de la racionalidad académica. Si toda producción de conocimientos implica una cierta toma de distancia respecto de las realidades que se analizan, nuestra mirada explora dicha distancia únicamente en el orden de lo geográfico: nuestra condición de emigrantes en Estados Unidos nos aporta una perspectiva sobre las prácticas y las formas de subjetivación asociadas al 15-M. La condición emigrada puede resultar interesante precisamente por el carácter singular de su localización y por el tipo de mirada que puede proponer en los debates.

No obstante, el carácter situado de esta propuesta resulta común a la condición de toda actividad investigadora: los procesos de investigación descansan siempre sobre dinámicas de subjetivación desde las que nos proyectamos los propios investigadores. Como han subrayado diversas autoras, la centralidad de los conocimientos situados (Haraway, 1988 y 1991) o la concepción de toda enunciación como política de la localización (Rich, 1986), constituyen puntos de partida determinantes y comunes a toda práctica de construcción de conocimientos. En nuestro caso la enunciación parte del interior mismo de aquello que investigamos: somos parte del campo de subjetivación política y de las formas de vida que constituyen el objeto de este texto. Nuestra aportación no sólo constituye inevitablemente una contribución localizada, sino que resulta eminentemente parcial.

Desde este punto de vista, proponemos un viaje eminentemente reflexivo y, por ello, necesariamente paradójico, que escapa de la clásica distinción dialéctica entre un sujeto investigador y un objeto investigado. Se trata de un mundo de *cuasi-objetos* y *cuasi-sujetos* habitantes de posiciones híbridas ajenas a todo proceso de dicotomización (Serres, 1991).¹

¹ Una experiencia tal vez localizable en el campo de una cibernética de segundo orden (Ibáñez, 1994 y 1998; Navarro, 1989): una suerte de objetivación reflexiva que no sólo se desmarca de la idea de una realidad "externa" y preconstituida, sino que desborda el objeto para incluir en su radio de acción a un sujeto que debe dar cuenta de sí mismo. Si la cibernética de primer orden o de los sistemas observados sitúa al observador en el exterior del sistema observado, la cibernética de segundo orden o de los

Desde ese lugar de la mirada y la escucha, fijamos nuestra atención en una suerte de territorio hiperespacial constituido por prácticas sociales, pautas de expresión política y repertorios de acción colectiva que dibujan una suerte de relativo *continuum* entre dinámicas emergentes observadas desde 2009 en lugares como Irán, Túnez, Egipto, el Estado español, Estados Unidos, Turquía, Eslovenia, Bulgaria o Brasil. Tal y como hemos propuesto en otros textos (Lara, 2012 y 2013), el 15-M puede funcionar dentro de ese territorio como un acontecimiento a partir de la definición que Lyotard (1994) le da al término: el impacto de afluencias de energía sobre el sistema en tal cantidad que éste no alcanza a sujetarla y a hacerla fluir. Siguiendo esta idea, Jesús Ibáñez (1992) hablaba de acontecimientos en profundidad como aquellos capaces de generar y romper estructuras. La profundidad del 15-M se ha expresado en su cualidad de máquina de producción de prácticas y formas instituyentes de subjetivación política reconocibles en lo que Villasante (2006) llama un *analizador*: sucesos que nos hacen vivir situaciones inesperadas o de ruptura con la cotidianidad más rutinaria, provocando saltos en nuestros esquemas de conductas y actitudes. Desde este punto de vista, proponemos el 15-M como una experiencia de ruptura que ha posibilitado la emergencia y la visibilización de nuevas narrativas y nuevas disposiciones mentales y políticas para la acción colectiva y para la vida en sociedad.

Dichas narrativas parten del irrenunciable carácter instituyente que ha presentado el 15-M, así como de su condición de ruptura. Si el orden instituido presenta un problema formal de *liquidez* desde 2008, puesto que la financiarización generalizada de la vida ha tenido en una suerte de artificialidad del crecimiento económico uno de sus pilares fundamentales, desde 2011 la química del capitalismo enfrenta además el problema crítico de una incipiente *fluidez*: las nuevas pautas de subjetivación y práctica política, aún cargadas de límites y de complejas ambivalencias, encarnan nuevas expresiones de antagonismo virtual y deslocalizado que fluyen por medio mundo, actualizándose esporádicamente en las plazas y las redes.

En el caso del 15-M, sin embargo, existen, dos dinámicas de despotenciación de dicho fluido que han demostrado cierta eficacia en la realización de su propósito. La primera de ellas parte de la conversión de lo fluido a un estado gaseoso: tanto las pautas académicas que hacen del 15-M un nuevo capital simbólico a explotar, como las retóricas que lo convierten en una especie de nuevo aparato ideológico (Althusser, 1968), es decir, un dispositivo de normalización y reinserción en la reproducción de los existente, tornan el 15-M en un gas que se diluye en un orden meramente semántico. La segunda pauta de despotenciación consiste en transformar el fluido en un sólido: la izquierda opera como fuerza centrípeta que pugna por atrapar el movimiento en significantes, identidades y narrativas de lo instituido, tratando de solidificarlo en un orden y una lógica incapaces de expresar y organizar la complejidad y la potencia de las nuevas prácticas y las nuevas formas de subjetivación y de vida. Junto a estas dos pautas de cualidad externa, operan de manera difusa límites y fallas internas que se relacionan, entre otras cosas, con una incapacidad para intervenir decisivamente la política formal, transformando

sistemas observadores incluye al observador en el sistema observado (Brunet y Morell, 2001). Pearce (1994) lo llama una fronesis: un abandono consciente de la episteme en cuanto conocimiento científico de una verdad y una apuesta decidida por el conocimiento de cómo funcionan las cosas. En vez de la teoría (del espectador), la praxis (del actor): conocimientos y saberes reflexivos que transforman, en primer lugar a nosotros mismos (Martín Gutiérrez, 1999).

el generalizado clima destituyente en procesos concretos de naturaleza constituyente, así como para construir instancias realmente participadas de organización del común y para superar el carácter sesgado de una composición social uniforme y autocentrada, no solo predominante en algunos de los nodos de la nueva corriente global, sino portadora de una problemática inclinación antropológica hacia el narcisismo y la autorreferencialidad.²

En cualquier caso, el deseo que activa nuestra propuesta analítica es el de combatir la solidificación de la potencia instituyente que encarnan las nuevas pautas de movimiento mediante su captura en la repetición de lo instituido. Como los públicos habitantes de Passaic en la maravillosa *Be Kind Rewind* (Michel Gondry, 2008), sabemos que el *remake* de lo conocido y la delegación de las historias en otros carece de sentido cuando somos capaces de producir nuestras propias narrativas.

Públicos, multiplicadores, *prosumidores*: el campo de batalla de la cultura participativa

Con la emergencia de las industrias culturales en la primera mitad del siglo pasado, Walter Benjamin (2003) habló de una transformación de la función social de la producción artística. El nuevo carácter reproducible y serial de los bienes y los contenidos culturales erosionaba decisivamente la centralidad histórica de la autenticidad en relación a las obras artísticas, hasta el punto de generar una mutación de su sentido: “en lugar de su fundamentación en el ritual, debe aparecer su fundamentación en otra praxis, a saber: su fundamentación en la política”. La transformación vaticinada por Benjamin en los años treinta del siglo pasado dibuja sus trazos en nuestros días. La cualidad artística del *storytelling* como base de la política formal en el presente, con equipos de guionistas dirigiendo las campañas y formateando los discursos de las clases políticas, así como el fondo evidentemente político de una parte significativa de las ficciones televisivas *mainstream* en Estados Unidos, precisamente de aquellas que dictan la pauta mundial de la producción de innovación en el campo serial televisivo, son ejemplos interesantes de la hibridación entre política y producción artística en las enunciaciones por arriba.³ Por abajo, sin embargo, son los *públicos* los que parecen estar haciéndose eco del análisis propuesto por Benjamin. Tal y como se ha puesto de manifiesto en las plazas de medio mundo, los públicos constituyen una de las formas de subjetivación predominantes en las revueltas y las movilizaciones democráticas que hemos conocido en los últimos años: las

² Slavoj Žižek pareció intuir esta dinámica narcisista cuando en su visita a *Occupy Wall Street* en el otoño de 2011 manifestó: “no os enamoréis de vosotros mismos” (<http://alturl.com/b7ox5>). La homogeneidad de la composición social de la mayoría de los espacios de *Occupy* (jóvenes blancos universitarios de clase media y alta), llevó a algunos participantes a exigir sin éxito una decolonización de la experiencia (<http://alturl.com/ftspc>).

³ Series como *House of Cards* (Netflix), *The Wire* (HBO), *Treme* (HBO), *Mad Men* (AMC), *Boardwalk Empire* (HBO), *Homeland* (Showtime), *Orange is the New Black* (Netflix), *Community* (NBC) o *Enlightened* (HBO) exhiben una cualidad abiertamente política que puede ser igualmente rastreada en numerosas propuestas de ficción serial televisiva en Estados Unidos. La estrecha ligazón entre contenidos seriales de ficción y política real se puso explícitamente de manifiesto en la relación de Obama con la serie *The West Wing* (NBC): <http://alturl.com/pkth5>.

nuevas pautas de conflicto social parecen observar un tránsito generalizado desde los referentes y las estéticas tradicionales del campo político y de las luchas sociales, hacia la centralidad tendencial del reciclaje de los consumos culturales en la arena de la expresión explícitamente política. El uso generalizado de la máscara de *V de Vendetta*, la réplica de enunciaciones y personajes extraídos de las ficciones televisivas, la resignificación de fenómenos de carácter masivo como el universo de *Harry Potter*, con *Esperanza Umbridge* y el *Ejército de Dumbledore* convertidos en actores fundamentales de las nuevas semióticas políticas, o la relevancia simbólica del fenómeno fan en el movimiento turco de 2013, nos brindan ejemplos utilísimos para comprender la importancia que le concedemos a nuestra condición de públicos a la hora de participar en dinámicas de expresión política y de conflicto social.⁴

En 1901 el sociólogo francés Gabriel Tarde realizó una propuesta de análisis de su tiempo cargada de prognosis y a contracorriente de las categorizaciones de lo social hegemónicas en esos días. Más allá de la noción de *masa*, reflejo del pánico de la burguesía a la movilización social y al potente antagonismo protagonizado por las clases trabajadoras de la época, Tarde propuso la categoría de *público*: “Yo no puedo estar de acuerdo con un vigoroso escritor, el Dr. Le Bon, en que nuestra época sea ‘la era de las masas’. Es la era del público o de los públicos, lo que resulta bien diferente. (...) Basta con abrir los ojos para darse cuenta de que la división de una sociedad en públicos, división enteramente psicológica y que corresponde a diferentes estados de espíritu, tiende a yuxtaponerse de manera cada vez más visible y eficaz, pero no a sustituir, a su división religiosa, económica, estética, política, en corporaciones, en sectas, en oficios, en escuelas o en partidos. (...) Esta transformación de todos los grupos en públicos se expresa por una necesidad creciente de sociabilidad que hace necesaria la puesta en comunicación regular de los asociados por una corriente continua de informaciones y de excitaciones comunes. Se trata de algo inevitable” (Tarde, 1989). Según el sociólogo francés, el origen de los públicos se encontraba en el desarrollo del periodismo a partir de la invención de la imprenta.⁵ Si la masa necesitaba de la sincronía espacial y física para existir, el público constituía una colectividad puramente espiritual, como una diseminación de individuos físicamente separados y para los que la cohesión es completamente mental. Desde el punto de vista de Tarde, un público constituía un mundo que presentaba dos claves constitutivas básicas: la sensación de actualidad y la conciencia de unanimidad simultánea. De

⁴ Para la composición de una galería audiovisual de la presencia explícita de nuestros consumos culturales y mediáticos como herramientas de expresión y representación políticas se pueden consultar algunos ejemplos: <http://alturl.com/whmjn> (*V de Vendetta*), <http://alturl.com/n2hju> (ficciones televisivas), <http://vimeo.com/32215564> (*Harry Potter*). Los fans de los equipos de fútbol Galatasaray y Besiktas, sujetos de una violenta enemistad desde hace décadas, jugaron un papel muy importante en la Primavera Turca de 2013, cuando sellaron públicamente la paz en apoyo del movimiento ciudadano: <http://alturl.com/pvij5>. Desde este punto de vista, la relevancia de los imaginarios y de los universos simbólicos extraídos de los consumos culturales pondría de manifiesto que, además de observarse una crisis de las pautas tradicionales de la *representación* política, en nuestros días estaríamos asistiendo igualmente a una crisis de las *representaciones* políticas tradicionales. Doble crisis: de la representación y de las representaciones.

⁵ “El transporte de la fuerza a distancia no es nada comparado con el transporte del pensamiento a distancia” (Tarde, 1989).

ahí la importancia vital no sólo de la imprenta y de la prensa, sino también del ferrocarril y del telégrafo, capaces de comunicar y de acercar informaciones en la producción de una actualidad y una excitación comunes. Como el propio Tarde señala, hay en el público una especie de carácter virtual que necesita ser actualizado constantemente para devenir tal.

Si todo público se origina en “una necesidad creciente de sociabilidad que hace necesaria la puesta en comunicación regular de los asociados por una corriente continua de informaciones y de excitaciones comunes”, en nuestros días las transformaciones tecnológicas y culturales ligadas al desarrollo de Internet, la digitalización y las telecomunicaciones han intensificado y favorecido extraordinariamente la puesta en común de los individuos y los grupos, así como la constitución de un flujo continuo de estímulos y comunicaciones que da lugar a una sociabilidad marcada por su carácter virtual y por la vivencia permanente de una actualidad simultánea. El desarrollo de las redes sociales en Internet es, seguramente, el fenómeno que expresa de forma más precisa la proliferación de las conexiones y de la producción de actualidad compartida en tiempo real.⁶ Si el tiempo de Tarde era el tiempo de los públicos, el nuestro parece constituir la época de mayor intensificación y desarrollo de los mismos.

En ese contexto, los universos mediáticos han experimentado un intenso proceso de transformación en los últimos veinte años. Una de las esferas en la que esa transformación se ha manifestado de manera más intensa es, precisamente, su relación con los públicos. Una parte sustancial de los análisis sobre los *media* incide en el desarrollo de su carácter formal y potencialmente interactivo. Sin embargo, tal y como señala Jenkins (2006a), la interactividad se presenta como una propiedad de la tecnología, mientras que un análisis complejo e integral de la transformación de la relación entre la comunicación mediática y los públicos exigiría que la mirada se desplazara más allá del fenómeno tecnológico.

Desde este punto de vista, Jenkins propone dos conceptos alternativos al de interactividad. El primero de ellos es el de *cultura convergente* (Jenkins, 2006a): en términos generales, la convergencia mediática se refiere a una situación en la que múltiples sistemas mediáticos coexisten y en la que los contenidos culturales circulan fluidamente a través de ellos. El segundo de los conceptos propuesto por Jenkins es el de *cultura participativa* (Jenkins et al., 2009; Jenkins et al., 2013), dando cuenta con dicha categoría de un cambio cultural que, asociado a la transformación de los medios de comunicación y de difusión, ha hecho posible para el consumidor y para el ciudadano medio archivar, comentar, apropiarse, resignificar, modificar y recircular contenido mediático de nuevas maneras y por nuevas vías. Algunas de las dinámicas a partir de las cuales muchos jóvenes se integran en el universo cultural participativo son: *afiliaciones* (membresía, formal e informal, en comunidades online alrededor de diversas formas de media, como Friendster, Facebook, Myspace, *metagaming*, *chat rooms*, etc.); *expresiones* (produciendo nuevas formas creativas, como el *sampling* digital, la escritura, la creación audiovisual, los *mash-ups*, etc.); la *resolución colaborativa de problemas* (trabajando juntos en equipos, formales e informales, para resolver tareas y desarrollar nuevo conocimiento, como en Wikipedia, juegos de realidad alternativa, *spoiling*, etc.); y circulaciones (dando forma

⁶ La figura del *Trending Topic* (tema del momento, tendencia o tema de moda) en la red social Twitter ilustra la centralidad de la producción de una actualidad compartida.

al flujo mediático a través del *podcasting* o el *blogging*, por ejemplo) (Jenkins et al., 2009).⁷ Tal y como analiza el propio Jenkins (2006a), la cultura participativa es el territorio de un conflicto intenso entre, por un lado, los consumidores y los usuarios de contenidos mediáticos y, por otro, las corporaciones de la comunicación, puesto que los públicos activan lógicas y formas de actuación en la red que exceden continuamente el horizonte comercial y la racionalidad de negocio que las industrias de la comunicación adscriben de manera unívoca a la producción y distribución de contenidos.

En un ecosistema mediático y comunicativo como el actual, marcado por la emergencia de una cultura convergente y participativa, la cualidad de los públicos se modifica en base a una potente intensificación de su carácter activo y productivo.

Como apunta McCracken (2013), más que consumidores los públicos resultan cada vez más una suerte de *multiplicadores*. En el contexto de las culturas participativa y convergente, los bienes, servicios y experiencias mediáticas y culturales resultan para muchos públicos simplemente un punto de partida. La categoría de *multiplicador* nombra un tipo de público productivo que estira los artefactos mediáticos y culturales más allá de un mero acto de consumo: (1) multiplica su valor y extiende su sentido en ejercicios de comunicación y de propagación susceptibles de réplica infinita en Internet, es decir, funciona como “publicitador” y movilizador que involucra a otros en el universo del producto (*blogging*, *podcasting* o *spoiling*); y (2) toma el producto como materia prima que recombinar y modificar para la creación de un contenido derivado (*sampling* o *mash-up*). La cultura participativa y los entornos digitales de lógica 2.0 han intensificado enormemente la capacidad multiplicadora de los públicos hasta hacer de ellos verdaderos *prosumidores* (Toffler, 1980), es decir, sujetos consumidores eminentemente productivos que diluyen la tradicional separación entre actos de producción y actos de consumo en un movimiento general de *comodificación* total de la creatividad humana (Fuchs, 2009).⁸

⁷ *Friendster*, *Facebook* y *Myspace* son redes sociales en Internet; *metagaming* define tanto el universo exterior a un videojuego, como cualquier estrategia, acción o método utilizado en un juego que trasciende un conjunto de reglas prescritas, utiliza factores externos o va más allá de los límites del juego; *chat room* hace referencia a cualquier tecnología que va desde la conversación en línea en tiempo real a foros en línea y mensajería instantánea en Internet; *sampling* se refiere a la acción de tomar una porción o muestra de algún contenido mediático para reutilizarlo dando lugar a un nuevo contenido; *mash-up* es la recombinación y modificación de un contenido digital para la creación de un contenido derivado, generalmente se trata de materiales audiovisuales editados desde más de una fuente, pero que aparecen como un contenido unitario; *spoiling* hace referencia a la actividad colectiva de descubrimiento, investigación y revelación de contenidos mediáticos que se desarrolla en la red; el *podcasting* consiste en la distribución de archivos multimedia mediante un sistema de redifusión (RSS) que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que quiera; *blogging* es la acción de gestión y actualización de un blog, también llamado bitácora digital, cuaderno de bitácora, ciberbitácora, ciberdiario o weblog.

⁸ Prosumidor = productor + consumidor. El concepto de *comodificación* es un anglicismo que tiene su origen en la palabra *commodification*. Por comodificación se entiende en sentido amplio la conversión en mercancía (*commodity*, en lengua inglesa) de un bien común o de una relación. En última instancia, la comodificación implica procesos de transformación de las relaciones sociales en relaciones de intercambio mercantil. En *El Manifiesto Comunista*, Marx y Engels (1970) hacen referencia con tal

Desde este punto de vista, el devenir prosumidor posee una naturaleza ambivalente: puede dar lugar a la satisfacción personal y comunitaria, al mismo tiempo que funciona como espacio de explotación económica (Andrejevic, 2008). En esa ambivalencia residen, precisamente, tanto sus límites como sus potencias, en una tensión que opera como infraestructura para una posible emancipación de los públicos. Como señala Rancière (2008), la emancipación comienza cuando se cuestiona la oposición entre mirar y actuar, cuando se comprende que las evidencias que estructuran las relaciones mismas del decir, el ver y el hacer pertenecen a la estructura de la dominación y de la sujeción. La combinación entre el carácter predominantemente productivo de los públicos y la naturaleza rizomática de las redes altera las relaciones del decir, el ver y el hacer en el ecosistema mediático, o sea, afecta a la estructura de la dominación. ¿Quiere decir eso que la dominación desaparece? Evidentemente, no. Lo que señala es un giro en la cualidad de la misma que implica nuevas intensidades y aperturas, así como nuevos límites y nuevas líneas de fuga.

La ambivalencia que nombramos como cultura participativa y convergente compone para los públicos un horizonte paradójico de posibles hecho, precisamente, de *servidumbre maquina* (Guattari, 2004) y de *potencialidades postmediáticas* (Guattari, 1990 y 2006). La primera consiste en una intensificación de la explotación capitalista que pone directamente a trabajar a los públicos y consumidores televisivos, incluidas sus funciones perceptivas, sus afectos y sus comportamientos inconscientes, es decir, que configura una fuerza de trabajo y de deseo que sobrepasa considerablemente las concepciones tradicionales del trabajo, de la productividad y, consecuentemente, de la explotación. Los rasgos postmediáticos, por el contrario, se observan en un movimiento de reapropiación y uso interactivo de las máquinas de información, de comunicación y de inteligencia que determina el salto de una etapa larga de consenso articulado por los medios de masas a un proceso generalizado de conversión de los *media* en herramienta de disensión y de redefinición no sólo de la relación entre productor y consumidor, sino de la propia condición de la ciudadanía.

Infrapolíticas entre los públicos y posibilidades postmediáticas

A partir de este horizonte analítico, podemos considerar la experiencia 15-M en el Estado español como una potente manifestación de la posibilidad postmediática. La importancia de las redes sociales y el carácter periférico de los medios de masas en el relato del 15-M, fundamentalmente autoorganizado y definido por las propias personas participantes de la experiencia, señala de forma nítida un salto tendencial hacia la reapropiación social de la comunicación. En este sentido, el 15-M podría ser analizado como una revuelta de los públicos frente a su tradicional condición de espectadores. Dicha revuelta ha actualizado en el campo de lo político lo que resultaba ya plenamente actual en el ámbito de los usos y consumos culturales: que lejos de encarnar un papel pasivo, los públicos constituyen un sujeto activo y

categoría a toda conversión a “cruel pago en efectivo” (“callous cash payment”). Marx también suele usar el concepto de *commodification* en su descripción de la conversión del proceso laboral concreto en trabajo abstracto. Conviene señalar que todo proceso de comodificación implica un proceso de conversión de las relaciones en objetos, es decir, la puesta en juego de mecanismos de segregación de dichas relaciones de los contextos físicos y socioculturales en los que se generan.

plenamente productivo de la esfera cultural. El 15-M podría nombrar entonces el viaje multitudinario de los públicos desde su calidad de sujetos del enunciado hacia su condición potencial de sujetos de la enunciación en el ámbito explícito de la política. Dicho tránsito se apoya, precisamente, en las formas de vida y en las pautas de consumo cultural asociadas al desarrollo de la cultura participativa y convergente. A falta de identificación con el conjunto del espectro de la clase política y de los partidos, sujetos clásicos de la mediación y de la pauta representativa, muchas de las personas participantes en el 15-M han recurrido a las ficciones que extraen de sus consumos culturales para representarse. Dicha experiencia puede ser vista como el salto al ámbito explícito y formal de lo político de la intensa proliferación de comportamientos y políticas difusas con las que los públicos han alterado decisivamente los ámbitos de la producción y de los consumos culturales en los últimos años: el Estado español representa uno de los epicentros más destacados del extendido cuestionamiento actual de las pautas tradicionales de producción y acceso a los bienes culturales en nuestra sociedad. El carácter generalizado de la descarga de contenidos desde Internet, el uso social masivo de las redes P2P, el nivel de socialización de la *ética hacker* o el crecimiento de un ciberactivismo local capaz de afectar decisivamente los debates públicos, llegando a desbordar las políticas legislativas (*Ley Sinde*), han hecho del Estado español un foco de innovación en las lógicas, los repertorios y los lenguajes de la acción colectiva, la producción y el acceso al entretenimiento, la cultura y el conocimiento.⁹ Desde este punto de vista, algunas de las formas de subjetivación política asociadas al 15-M, así como a numerosas pautas observables en otras experiencias relativamente análogas en otras latitudes, podrían ser catalogadas como parte sustancial de una incipiente movilización democrática de los prosumidores.

Dos de los elementos mediáticos que condensan de manera más intensa las implicaciones asociadas a la categoría de prosumidor son la figura del *fan* y el fenómeno *fandom*.¹⁰ Mientras que el primer término define simplemente a un individuo que encarna una relación apasionada con un determinado producto, un universo o un imaginario mediático concreto, *fandom* hace referencia a un espacio o vínculo comunitario con el que sus miembros sienten un determinado grado de compromiso y lealtad. Ambos elementos del medioambiente mediático actual participan de la intersección entre tres de las tendencias que están

⁹ Pekka Himanen (2001) define la *ética hacker* de la siguiente manera: “En el centro de nuestra era tecnológica se hallan unas personas que se autodenominan hackers. Se definen a sí mismos como personas que se dedican a programar de manera apasionada y creen que es un deber para ellos compartir la información y elaborar software gratuito. (...) la ética hacker es una nueva moral que desafía la ética protestante del trabajo, tal como la expuso hace casi un siglo Max Weber en su obra clásica *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, y que está fundada en la laboriosidad diligente, la aceptación de la rutina, el valor del dinero y la preocupación por la cuenta de resultados. Frente a la moral presentada por Weber, la ética del trabajo para el hacker se funda en el valor de la creatividad y consiste en combinar la pasión con la libertad. El dinero deja de ser un valor en sí mismo y el beneficio se cifra en metas como el valor social y el libre acceso, la transparencia y la franqueza”. Para un análisis muy interesante de algunas de las lógicas que modelan las formas de vida en Internet y en las redes se puede consultar: Padilla, 2012.

¹⁰ *Fan* y *fandom* provienen de la palabra “fanático”, cuyo origen se encuentra en el vocablo latino “fanaticus”: “perteneciente a un templo, sirviente de un templo, devoto” (Jenkins, 1992).

determinando la materialidad de la cultura participativa en nuestros días (Jenkins, 2006b): (1) nuevas herramientas y tecnologías que permiten a los públicos conseguir, apropiarse y hacer circular contenidos mediáticos; (2) un rango de subculturas que promueven la producción mediática del tipo “hazlo tú mismo” (*Do-It-Yourself –DIY*); y (3) tendencias económicas que estimulan el flujo de imágenes, ideas y narrativas a través de múltiples canales mediáticos, demandando y favoreciendo formas cada vez más activas para la condición de público. Basándonos en los análisis de Jenkins (1992), pero avanzando más allá de ellos, podemos proponer que el fenómeno *fandom* involucra al menos cinco niveles de actividad:

Nivel 1

La experiencia *fandom* se asocia con un modo particular de recepción que implica una intensa y concentradísima atención sobre el texto mediático y cultural, en una mezcla de *proximidad emocional* y *distancia crítica*. La actividad de los fans al menos combina: (a) una *productividad semiótica* derivada de la descodificación y la producción de sentido que contiene todo acto de recepción; y (b) una *productividad enunciativa*, puesto que el acto de recepción se completa y combina con una densa experiencia expresiva en el tejido de relaciones intersubjetivas y conversacionales con otros fans en la co-producción de discusiones, debates, críticas, posiciones y sentidos.

Nivel 2

La lógica *fandom* implica un conjunto particular de prácticas interpretativas y de crítica de los contenidos mediáticos y culturales. En cierto sentido, los fans operan como auténticos vigilantes de la coherencia de dichos contenidos. Se trata de una pauta obsesiva de vigilancia que se desarrolla en dos esferas diferentes de actividad: (1) una práctica de *crítica de los contenidos* mediante permanentes interacciones conversacionales en la red; y (2) la *elaboración de un campo de intertextualidad* (Kristeva, 1980), es decir, de conexión de un texto con otro texto. En el caso de la ficción televisiva de carácter serial, por ejemplo, dicha relación está hecha de supuestos creativos, investigación detallada y exploración de posibles desarrollos alternativos para las historias y sus personajes que llevan el universo de la serie más allá de la propia serie. Esta experiencia de intertextualidad no sólo constituye un permanente proyecto colaborativo que eclipsa la clásica distinción entre lector y escritor, producción y consumo, sino que además se articula como apertura de la serie a su apropiación por parte de los públicos. En este sentido, las resignificaciones y producciones semióticas de los fans presentan una característica relevante: se trata de experiencias de *narrativa colaborativa* en la que las comunidades *fandom* ponen en juego una práctica de cooperación en la creación de nuevos universos y contenidos a partir de sus consumos mediáticos y culturales. En el caso televisivo, por ejemplo, un fan lanza un punto de partida para la producción de una nueva historia a partir del gusto compartido por una serie y el trabajo en red de la comunidad va generando y desarrollando la trama en una escritura compartida y participada. Esta práctica se inserta en el espíritu de los propios juegos de rol, cuya particularidad es la sustitución de la lógica competitiva tradicionalmente asociada a las experiencias de juego, por una racionalidad y una pauta eminentemente colaborativas.

Nivel 3

Las comunidades *fandom* se caracterizan por el desarrollo de formas de producción cultural, composiciones estéticas y prácticas creativas: los fans suelen apropiarse de productos mediáticos para componer una suerte de cultura popular hecha de pautas alternativas de producción, uso, distribución y exhibición. Este tipo de dinámicas desafían constantemente a las industrias mediáticas y los órdenes jurídicos ligados a la propiedad intelectual. La apropiación de contenidos mediante la descarga de Internet y su distribución digital mediante pautas ajenas a la lógica mercantil y de negocio, constituyen actividades de práctica masiva entre las comunidades *fandom*.

Nivel 4

Las comunidades *fandom* son espacios de creación de fuertes vínculos y de estrechos paralelismos e intersecciones entre la vida de sus miembros y los contenidos de los productos mediáticos que siguen. Esta producción de vínculos se inserta en una dinámica de lazo que sitúa la actividad de los fans en el marco de un verdadero *trabajo afectivo*. La articulación de paralelismos y afectos por parte de las comunidades *fandom* posee una doble dirección: transporta al fan al universo del producto mediático y lleva dicho universo al mundo del fan, donde éste resignifica y descodifica su contenido. La base de la naturaleza afectiva del trabajo *fandom* reside en su cualidad de continua producción de *familiaridad* a partir del tejido de redes familiares, es decir, la composición de un grupo de personas con una condición común que determina la formación de la comunidad *fandom* de la que se participa.

Nivel 5

A partir de la idea de una reterritorialización de lo artístico en lo político, podemos interpretar los universos *fandom* como una base interesante para el desarrollo de lógicas de “activismo”. De hecho, la actitud fan televisiva, por ejemplo, implica una suerte de “militancia” en la serie a la que se rinde culto. Los foros en Internet son a menudo el espacio para campañas y ejercicios de presión a las cadenas en relación a cuestiones de forma y contenido de las series de televisión y, en general, de los productos mediáticos. Se trata de una suerte de activismo que genera una respuesta, al menos en parte y de forma simbólica, a la condición desempoderada de los públicos televisivos. Las formas de “activismo” *fandom* pueden ser interpretadas a partir de la noción de *infrapolítica* (Scott, 1990): un concepto que nombra las prácticas invisibles de resistencia cotidiana, individuales o colectivas, que los grupos subalternos despliegan de manera difusa en los territorios de la vida cotidiana.¹¹ Por *resistencia* no entendemos comportamientos meramente reactivos o de oposición, sino una amplia gama de prácticas sociales que en numerosas ocasiones poseen una naturaleza productiva y creativa. ¿Quiere decir este concepto que existan campos sociales carentes de cualidades y elementos políticos? No. Lo que señala es un orden de prácticas sociales y formas de subjetivación que no explicitan la cualidad política que contienen. La multiplicidad de realidades que componen la praxis *infrapolítica* nos lleva a la conveniencia de nombrarla en plural, como *infrapolíticas*. Podemos

¹¹ “(...) el término *infrapolítica* parece una forma económica de expresar la idea de que nos hallamos en un ámbito discreto de conflicto político. (...) la lucha sorda que los grupos subordinados libran cotidianamente se encuentra –como los rayos infrarrojos– más allá del espectro visible” (Scott, 1990).

hablar en este sentido de *infrapolíticas de los públicos* para dar cuenta de comportamientos discretos y de repertorios prácticas que no se muestran en los campos formales de la racionalidad política, sino que se mueven discretamente en los espacios de lo cotidiano: ciertas prácticas y lógicas asociadas al fenómeno *fandom* entran dentro de esta categoría.

Varias de las lógicas y de los modos de hacer en red que acabamos de describir en los cinco niveles de la actividad *fandom* presentan cierta simetría con algunos elementos característicos de nuevas formas de subjetivación y de práctica política que hemos podido observar a partir del 15-M y de otros movimientos actuales en diferentes partes del planeta. La distancia crítica, el tejido de relaciones intersubjetivas y colaborativas, la centralidad de la creatividad y de las producciones imaginativas, la potenciación del valor de uso de los contenidos culturales y mediáticos, la construcción de espacios de afectividad y de comunidades, así como el desarrollo de una suerte de compromiso activista representan tal vez los pilares del posible puente analítico entre las formas de vida de los públicos y las nuevas dinámicas de expresión y de articulación política observadas desde hace unos años en diferentes ciudades del mundo. Dos de esos interesantes elementos resultan particularmente significativos: (1) las pautas colaborativas y la restauración de la preeminencia del valor de uso de los bienes mediáticos y culturales nos pone sobre la pista de una subjetividad y de una praxis en continuo conflicto con la forma mercancía; (2) la articulación de espacios de afectividad y de comunidades nos indica la existencia de una racionalidad volcada sobre lo común¹². Este segundo elemento, amén de conectarse directamente con la materialidad y el espíritu de las ocupaciones de plazas públicas en los últimos años, de Tahrir a Taksim, apunta un desplazamiento (a) desde el prerrequisito ideológico a la centralidad de la materialidad concreta de las relaciones, (b) desde la relevancia de la enemistad como vector fundamental de la política hacia la amistad como motor básico de la acción colectiva y (c) desde un campo hiperideologizado plagado de trascendencia hacia el tejido colectivo de una experiencia material y común de inmanencia.

Evidentemente, no estamos sugiriendo que el origen de las nuevas experiencias de reapropiación ciudadana de la política se encuentre en la cultura de los fans. Lo que lanzamos como idea es que en los universos de los públicos y en sus formas de vida encontramos materiales de una racionalidad simétrica a algunas de las lógicas y de las pautas organizativas y de funcionamiento que hemos conocido en el Estado español con el 15-M, es decir, lo que proponemos es la posibilidad de existencia de una conexión entre las formas de vida y los comportamientos infrapolíticos de los públicos, expresados en el caso que hemos analizado a través de la cualidad de las redes colaborativas y de las comunidades *fandom*, y los lenguajes, las prácticas y las nuevas formas de subjetivación política en curso. En este sentido, y como un mero apunte metodológico en los márgenes de nuestro análisis, la clave infrapolítica puede resultar vital para desbloquear una mirada sociológica sobre el presente que en numerosas ocasiones se obsesiona con el evento, abandonando el estudio de los procesos sociales invisibles y/o informales que normalmente lo preceden, así como focalizando únicamente su

¹² A diferencia de lo universal, que existe en cada miembro de la especie de manera aislada, lo común es aquello que se da únicamente en la relación, en el "entre" que nos une y nos separa (Illuminati, 2009). El giro de lo común determina una ruptura con la lógica tradicional de la izquierda, focalizada en la reivindicación de lo universal (derechos universales).

atención en los referentes, los lenguajes y los imaginarios explícitos de lo considerado formalmente como político. En mayo de 2011 mucha gente se preguntaba en la Puerta del Sol de Madrid de dónde habían salido las capacidades y los saberes que la gente común estaba poniendo en juego para la construcción de la experiencia democrática de convivencia política en la plaza. Lejos de los parámetros de la militancia o de una experiencia de activismo, esos saberes y esas capacidades provenían en gran medida de otros espacios, entre las formaciones profesionales, las ocupaciones efectivas y otras esferas de lo cotidiano en las que podemos identificar también los saberes y las formas de vida que se derivan de nuestra condición de públicos.

No obstante, reconocer los territorios infrapolíticos como sustrato fundamental de la acción política supone medirse con una complejidad hecha de preguntas abiertas y por explorar. ¿Cómo hacer políticas desde/con las infrapolíticas? ¿Cómo componer lenguajes, tejidos, instituciones y prácticas políticas desde territorios habitados por la informalidad y por el carácter discreto de las implicaciones políticas de los comportamientos y los gestos? ¿Cómo lidiar con la inexperiencia política de los públicos y con una incapacidad generalizada en su seno para producir análisis y estrategias formal y explícitamente políticas? Tal vez, para empezar, debemos dejar de ser nosotros mismos, despojándonos de gran parte de las ropas que han vestido nuestra cultura política y tratando de instalarnos en un proceso de decolonización de nuestros propios imaginarios. En esa tarea, el tiempo se constituye en un fenómeno clave que requiere de una ruptura y de una reinención. La gravedad trascendental de la impaciencia y las políticas de la urgencia han sido históricamente datos constitutivos de las posiciones de izquierda. Tanto en la esfera institucional (*"traducirlo a votos ya"*), como en las realidades activistas (*"lo queremos todo y ahora"*), hemos asistido sistemáticamente a una suerte de *mentalidad sumarísima* (Sánchez Ferlosio, 2008).¹³ La fuga de dicha mentalidad constituye, tal vez, el primer paso para una posible política emancipadora de los públicos.

Al mismo tiempo, la propuesta de una relevancia política de las infrapolíticas nos coloca frente a la necesidad de confrontarnos con el tiempo de lo ya existente y no tanto con la entelequia abstracta de un mundo por venir. Se trata de una lógica que se articula en torno a la investigación de las cualidades potencialmente políticas inscritas ya en las prácticas que componen los ámbitos difusos e informales del cotidiano, así como en la articulación de sentidos diferentes para muchas de las cosas que ya hacemos o que sabemos que hacen otros. En cierta medida, se trata de un salto de paradigma temporal en la concepción del proyecto revolucionario, tradicionalmente concebido en los términos de una ruptura que tenía que ver, sobre todo, con una separación del tiempo de la normalidad a través de la fundación de un tiempo nuevo, radicalmente otro.¹⁴ Sin embargo, a partir del interés por las infrapolíticas emerge

¹³ "No sé quiénes tendrían que producirnos más horror: si los del 'Caiga quien caiga', los del 'Aquí va a ver que tomar una determinación', o los de 'Esto lo arreglaba yo en veinticuatro horas'. ¡Dios, pero qué tenebrosamente españolas suenan esas frases! ¿Qué tradición de rencor inextinto, de maldad infligida o padecida, ha podido dejar en el alma de los españoles un poso tan siniestro? ¿Qué ha podido marcar a fuego semejante impronta, para cuyo espíritu no se me ocurre ahora ningún nombre más propio y expresivo que el de 'mentalidad sumarísima'?" (Sánchez Ferlosio, 2008)

¹⁴ La historia ilustra sobradamente esta concepción: tanto la Revolución Francesa como la bolchevique instauraron nuevos calendarios con nuevas fechas; los comuneros de París disparaban a los relojes de la

la posibilidad de una relación diferente con el tiempo: nuestro problema seguramente sea cómo conectar los proyectos y los procesos radicales de cambio social con la cotidianidad de nuestra vida para poder así hacerlos habitables. No se trata de una ruptura en el tiempo, de la articulación de una temporalidad únicamente vivible para unos pocos, sino del tiempo de una emancipación democrática habitable y participable por cualquiera, o sea, por el 99%.

Referencias bibliográficas:

ALTHUSSER, Louis. "Ideología y aparatos ideológicos del Estado". En *La filosofía como arma de la revolución*. México: Siglo XXI, 1968.

ANDREJEVICH, Mark. "Watching Television without Pity: The Productivity of Online Fans". En *Television and New Media*, Vol. 9, Issue 24, 2008.

BENJAMIN, Walter. *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica*. México: Itaca, 2003.

BRUNET, Ignasi y Morell, Antoni. "Epistemología y cibernética", en *Papers*, nº 65, 2001.

FUCHS, Christian. "Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet". En *European Journal of Communication*, Vol. 24, Issue 69, 2009.

GUATTARI, Félix. "Vers une ère post-média". En *Terminal* nº 51, 1990.

GUATTARI, Félix. *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2004.

GUATTARI, Félix. *Soft Subversions: Texts and Interviews 1977-1985*. New York: Semiotext(e), 2006.

HARAWAY, Donna. "Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective", en *Feminist Studies*, Vol. 14, No. 3, 1988.

HARAWAY, Donna. "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century", en *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. New York: Routledge, 1991.

HIMANEN, Pekka. *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House, 2001.

ciudad en 1871; en la nota que escribió antes de quitarse la vida, Mayakovski definió la derrota del proyecto soviético como la incapacidad de la revolución para romper con el tiempo de la normalidad, de la vida cotidiana.

IBÁÑEZ, Jesús. *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI, 1992.

IBÁÑEZ, Jesús. *El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden*, Madrid: Siglo XXI, 1994.

IBÁÑEZ, Jesús. *Nuevos avances en la investigación social*, Barcelona: Proyecto A, 1998.

ILLUMINATI, Augusto. *Per farla finita con l'idea de sinistra*. Roma: Derive Approdi, 2009.

JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry. *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006a.

JENKINS, Henry. *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press, 2006b.

JENKINS, Henry; PURUSHOTMA, Ravi; WEIGEL, Margaret; CLINTON, Katie; y ROBISON, Alice J. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge: The MIT Press, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; y GREEN, Joshua. *Spreadable Media. Creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2013.

KRISTEVA, Julia. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York: Columbia University Press, 1980.

LARA, Ángel Luis. "Virgil Starkwell en la Puerta del Sol: públicos en revuelta, políticas hacia el ser por venir". En *Hispanic Review*, Vol. 80.4. Autumn 2012.

LARA, Ángel Luis. "La producción de la plaza: los movimientos 15-M y Occupy Wall Street desde la perspectiva del trabajo cognitivo". Ponencia presentada en el XI Congreso Español de Sociología, Universidad Complutense de Madrid (UCM), 10, 11 y 12 de julio de 2013.

LARA, Ángel Luis. "Una revolución democrática". En *eldiario.es*, 3 de febrero de 2013. <http://alturl.com/5knqa>

LYOTARD, Jean François. *Dérive à partir de Marx et Freud*. Paris: Galilée, 1994.

MARTÍN GUTIÉRREZ, Pedro. "El sociograma como instrumento que desvela la complejidad". En *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*. Nº 2, 1999.

MARX, Karl y Friedrich, Engels. *The Communist Manifesto*. New York: Pathfinder, 1970.

MCCRACKEN, Grant (2013): "Consumers or Multipliers?". 2013. Disponible en <http://alturl.com/xhjyd>

NAVARRO, Pablo. "Sistemas reflexivos". En Román Reyes (Dir.), *Terminología científico-social. Aproximación crítica*. Madrid: Anthropos, 1989.

PADILLA, Margarita. *El kit de la lucha en Internet. Para viejos militantes y nuevas activistas*. Madrid: Traficantes de sueños, 2012

PEARCE, Barnett. "Nuevos modelos y metáforas comunicacionales". En Dora Fried Schnitman (Coord.), *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Barcelona: Paidós, 1994.

RÀNCIERE, Jacques. *Le spectateur émancipé*. Paris: La Fabrique éditions, 2008.

RICH, Adrienne. *Blood, Bread and Poetry*. New York: Virago, 1986.

SÁNCHEZ Ferlosio, Rafael. *Vendrán más años malos y nos harán más ciegos*. Barcelona: Destino, 2008.

SCOTT, James C. *Domination and the Arts of Resistance. Hidden Transcripts*. New Haven: Yale University, 1990.

SERRES, Michel: *El contrato natural*, Valencia: Pre-Textos, 1991.

TARDE, Gabriel. *L'Opinion et la foule*. Paris: PUF, 1989.

TOFFLER, Alvin. *The Third Wave*. New York: Morrow, 1980.

VILLASANTE, Tomás R. *Desbordes creativos: estilos y estrategias para la transformación social*. Madrid: Los libros de la Catarata, 2006.