



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 7º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## Teléfonos móviles e Internet, nuevas tecnologías para construir un espacio público contrainformativo. El ejemplo de los flash mob en la tarde del 13M

**Dr. Koldobika Meso Ayerdi** ©

Profesor Titular de la Universidad del País Vasco

Resumen:

Desde un punto de vista comunicativo, el atentado del 11 de marzo supuso la pérdida de credibilidad de muchos medios de comunicación convencionales y la falta de solidez de la sociedad de la información. Buen ejemplo de ello fue la información sesgada y poco clara que muchos medios contribuyeron a difundir.

Los intereses electorales de un partido que veía peligrar su victoria, unido al silencio mediático, creó una atmósfera insostenible. Muchas cuestiones se agolpaban en busca de respuesta. La sensación que se percibía era de que se ocultaba información. Conocer la autoría de los atentados se convirtió en tema principal de todos los corrillos durante las horas siguientes a los mismos; también en las manifestaciones espontáneas y hasta en la hora de votar.

En ese contexto, en la tarde del 13M, quedó patente el poder de auto-convocatoria de la gente a través de Internet y, fundamentalmente, de sus teléfonos móviles. Fueron miles las personas que a través de las nuevas tecnologías se juntaron en la calle Génova para pedir explicaciones y exigir aclaraciones sobre la gestión del PP frente a la crisis. Todo ello puso de relieve la importancia de estos procedimientos comunicativos en acontecimientos políticos. Asimismo, también sirvieron para modelar una resistencia plural y diversa.

Palabras clave: Flash mob, Internet, teléfono móvil, nuevas tecnologías, resistencia.

Abstract: From a communication point of view, the attack of March 11th meant the lose of credibility for most conventional media and the lack of strength of the information society. As an example, we can mention the wrong and not very clear information that many media published.

The electoral interest of a political party that knew that its victory was in danger, and the silence of the media, created an unbearable atmosphere. Many questions were waiting for an answer. The sensation was that information was getting hidden. During the following hours the main goal for any gossip group was to know who were the authors of the attack, as it was in every spontaneous demonstration and, also, when people went to vote.

In that context, in the afternoon of the March 13rd people discovered the power of calling to demonstrations through the Internet or through their cell phones. Thousands of persons used the new technologies and met in Génova street (where the Popular Party headquarters are) to ask PP for explanations about the crisis. All of it underlined the importance that this communication systems have in political events, since they were able to model a plural resistance.

Key words: Flash mob, Internet, cell phones, new technologies, resistance.

Introducción

En un contexto preelectoral, el atentado del 11 de marzo supuso, desde un punto de vista comunicativo, la pérdida de credibilidad de muchos medios de comunicación convencionales y la falta de solidez de la sociedad de la información. Buen ejemplo de ello fue la información sesgada y confusa que muchos medios nacionales contribuyeron a difundir frente a los medios extranjeros que también informaban de la tragedia y contrastaban fuentes.

Los intereses electorales de un partido que veía peligrar su victoria, unido al silencio mediático, creó una atmósfera insostenible. La información llegaba centralizada y fragmentada. La autoría del atentado ("¿Ha sido ETA o Al Qaeda?"), "¿Se suspenden las elecciones?", etcétera, eran todas ellas cuestiones que se agolpaban en busca de respuesta. La sensación que se percibía era de que no se informaba; que se ocultaba. ¿Quién ha sido?. "Esta frase caló hondo, hasta el punto en que se convirtió en uno de los estribillos más repetidos de los siguientes días, en los corrillos, en las manifestaciones espontáneas, en los móviles, en los mensajes electrónicos y hasta en la hora de votar" (Rekalde, 2004: 156).

En ese contexto, en la tarde del 13M quedó patente el poder de auto-convocatoria de la gente; a un día de las elecciones generales y sin ninguna plataforma que convocara, muchas personas recibieron a través de Internet y, fundamentalmente, en sus teléfonos móviles un mensaje que apelaba a la concentración espontánea delante de la sede central del PP. Fueron

miles las personas que a través del boca a boca y de las nuevas tecnologías se juntaron en la calle Génova para pedir explicaciones y exigir aclaraciones.

Las concentraciones de protesta contra la gestión del PP frente a la crisis -así como a favor del mismo partido-, pusieron de relieve la importancia de estos procedimientos comunicativos en acontecimientos políticos. Asimismo, también sirvieron para modelar una resistencia plural y diversa, de todos los sujetos sociales que se mostraban contrarios a aceptar la situación tal y como se estaba transmitiendo a través de los medios convencionales.

La red social creada en aquellas fechas tan señaladas por medio de móviles e Internet, reflejada en las manifestaciones que colapsaron las calles de las principales ciudades españolas, y el desprestigio de los medios de comunicación convencionales sirvieron para anunciar el nacimiento de una alternativa comunicativa.

El 13 de marzo se empezaron a pasar decenas de mensaje por correo electrónico, y sobre todo, por SMS, del tipo: "Aznar de rositas? Lo llaman jornada de reflexión y Urdaci trabajando? Hoy 13M, a las 18h. Sede PP C/ Génova 13. Sin partidos ¡Pásalo!" (sic). El resultado: numerosas concentraciones de protesta que se repitieron en casi todas las ciudades españolas -quizás la primera de la historia convocada casi en exclusiva por SMS y en unas pocas horas- Tal fue el éxito de la convocatoria que dos semanas después, el mensaje todavía era rebotado por los internautas.

Tal y como recogen algunas de las reflexiones mediáticas sobre el 11M publicadas en Periodistas 21, "SMS y correos electrónicos agitaron las conciencias de los mass media y consiguieron que miles de personas se echaran de nuevo a las calles con el dolor de las matanzas del 11M convertido en ira"[1]. En Madrid, por ejemplo, cerca de 5.000 personas acabaron de madrugada en la Estación de Atocha una jornada de manifestaciones contra el Gobierno. Pronto, los medios digitales recogieron la noticia. "De Génova a Atocha al ritmo del ruido"[2].

El éxito de la convocatoria hizo que cada vez más gente confluyera en las calles y se auto-convocara para otra concentración a partir de la media noche en la Puerta del Sol, al tiempo que en algunos barrios de la capital española se promovían caceroladas vecinales de protesta "contra el apagón informativo del PP". "Los manifestantes se defendían de dichas acusaciones a su vez al afirmar que su presencia en la calle Génova no respondía a un acto electoral, sino a una protesta por un presunto intento de manipulación de la opinión pública por parte del Gobierno, que intentaría negar las evidencias que apuntaban a Al Qaeda para evitar verse afectado en las elecciones" (Pacheco López, 2004: 140).

La Red fue empleada para difundir, por lo menos, lo que pretendía ser acallado y ocultado por gran parte de los medios convencionales, que no quisieron recoger la toma de las calles por parte de la población. Quedó patente que no era necesaria la participación de partido político alguno que organice manifestaciones; Internet y los móviles contaban lo que no contaban los medios oficiales, y constituían una herramienta a tener en cuenta en el futuro para expresarse. De hecho, pronto comenzó a reclamarse la cada vez mayor importancia del trabajo desempeñado por mucha gente a través de la Red y del papel de las nuevas tecnologías para construir un espacio público contrainformativo.

El teléfono móvil e Internet tomaron, en la víspera de las elecciones generales, un inesperado protagonismo, posibilitando no sólo una veloz convocatoria sino el que los grupos supieran lo que pasaba en otras ciudades, que la información circulara y la gente se organizara en pocos segundos. A modo de anécdota, Pablo Torres cuenta que gente de fuera de España también recibió en sus teléfonos móviles mensajes que circulaban por los celulares y llamaron a sus familias y amistades para saber qué estaba pasando, pero éstas desconocían lo que acontecía en muchas ciudades. Consecuencia: frenético zapping en busca de información que sólo algunas pequeñas cadenas locales y privadas emitían (Torres, 2004).

Un auténtico fenómeno de comunicación horizontal

Basta con retroceder hasta el mismo sábado para encontrar el origen de todo. Un mensaje transmitido vía móvil y correo electrónico puso en marcha a miles de ciudadanos. Más allá de las implicaciones políticas que tuvo, lo cierto es que cabe reflexionar sobre el poder que acababan de descubrir la población en las nuevas herramientas de la comunicación. Tal y como asegura Javier del Arco, especialista en tecnologías de la información y en los comportamientos humanos en torno a la telefonía móvil, en declaraciones recogidas por Elena Sierra en el diario El Correo del 28 de marzo de 2004, "ahora sí somos conscientes de todas las oportunidades que nos brindan (las nuevas tecnologías)". A este respecto, escribe Ana Azurmendi (2004) que "los medios de comunicación han demostrado que tienen poder para convocar la reacción de la ciudadanía; porque la respuesta ciudadana en el 11M ha sido inmediata".

El 13M fuimos testigos de un auténtico fenómeno de comunicación horizontal entre las personas y nuevamente se revivió aquel impulso de resistencia que ya había estallado meses atrás en los días previos al inicio de la guerra contra Irak. La gente volvió a tomar la calle.

Esto se llama flash mob, smart mob o inexplicable mob, un nuevo término que ha entrado en la cotidianeidad contemporánea producto del uso masivo del correo electrónico o de los mensajes a través de los teléfonos móviles. Consiste en reunir a un grupo de personas en un lugar predeterminado, para realizar una breve acción, sin sentido al menos la mayoría de las ocasiones para el resto de los mortales, y que se dispersa con la misma rapidez con que se organiza.

Ejemplos a cientos reflejan lo que se ha convertido en el último fenómeno en muchas de las grandes capitales mundiales. "¿Se trata de una acción plástica o un performance artístico? ¿Un happening[3] o sencillamente de un nuevo movimiento de carácter experimental? ¿Vivimos una suerte de renacimiento del sin sentido dadaísta? ¿O hemos llegado al total vacío y ésta es la epítome de la superficialidad?", se pregunta Miguel A. Sirgado (2003) en la edición electrónica de El Nuevo Herald del 20 de agosto de 2003. No cabe duda de que lo inexplicable en ocasiones del acto y lo arbitrario del mismo es lo que atrae a sus participantes.

Una realidad cada día más utilizada y popular

Lo cierto es que este tipo de convocatoria 'electrónica' sirve para movilizar fuerzas en innumerables actos y no cabe duda que muy pronto los responsables de campañas publicitarias o políticas echarán mano de una herramienta que está demostrando ser mucho más eficaz que otras a la hora de aglutinar masas. Ya el escritor Howard Rheingold advierte en su libro que, de perdurar la moda, es posible que este tipo de evento llegue a politizarse (Rheingold, 2002). Tal y como explica Rheingold, en declaraciones recogidas por Sirgado, "hasta ahora, se trata de una diversión que no hace daño a nadie —una manera inofensiva de experimentar con una nueva forma de acción colectiva propiciada por la tecnología—. Pero la misma técnica para organizar acciones colectivas fue aplicada para derrocar al régimen de Estrada en Filipinas (...)"

Rheingold recoge en su libro el movimiento asociativo que surge de la aplicación de algo tan rápido y barato como un mensaje de texto. Y apunta a un futuro en el que todas las capacidades de unas herramientas consideradas más bien marginales se desarrollen. Ahora bien, ese futuro parece haber llegado. Las nuevas tecnologías constituyen el modo más rápido y cómodo de ponerse en contacto, de quedar, de comentar la realidad.

Lo cierto es que el flash mob seduce "por su capacidad de oponerse a las normas de la lógica social actual", señala Miguel A. Sirgado. "Sus integrantes se agrupan 'secretamente' con el único objetivo de marcar su diferencia en público e intercambiar con el resto de la multitud a partir de un acto efímero de rebelión". Su verdadera lógica y su atractivo radica en la ausencia de una lógica reconocible.

Algunos expertos vaticinan que las comunicaciones electrónicas, y en especial el correo electrónico y los mensajes SMS, serán cada día más utilizados y populares para convocar concentraciones y actos sociales. Un claro ejemplo de este uso lo tenemos en las manifestaciones antiglobalización que se realizaron paralelamente a los encuentros del G8 o del FMI, e incluso, como antes recordábamos, la caída del régimen de Joseph Estrada en Filipinas, ya que las protestas populares que materializaron su derrocamiento fueron convocadas mediante teléfonos móviles, con mensajes SMS. En el caso español, el ejemplo más cercano de esto que apuntamos serían los actos convocados con posterioridad al 11M ante las sedes del PP. Radiocable.com localizó y entrevistó al autor del primer SMS que desencadenó la concentración. Un mensaje que contribuyó a cambiar el rumbo del país[4].

Según cuenta el protagonista de la historia, detrás de estos acontecimientos no estuvo ningún partido político, ni ninguna plataforma contra la guerra; no hubo ningún sindicato; ni siquiera algún grupo de comunicación —en referencia al Grupo Prisa — como sugirió algún periódico, sino un ciudadano que, a título individual, convocó a un pequeño grupo de amigos allí y se encontró con 4.000 personas exigiendo la verdad a sus gobernantes.

La casualidad quiso que esa noche, frente a la sede del PP, se encontraran diversas emisoras de televisión de todo el mundo preparadas para informar de la jornada electoral que tendría lugar 24 horas más tarde. Sólo tuvieron que conectar en directo para mostrar al mundo lo que sucedía: la gente quería saber la verdad. Al mismo tiempo, los periódicos en la Red y las emisoras de radio y televisiones privadas también se hacían eco de las concentraciones que pedían transparencia. Y es que tal y como recoge Jenaro Villamil, existía la convicción entre los sectores más informados de que en España el gobierno de José María Aznar pretendía mantener el secreto, la confusión y la ambigüedad "frente a lo sucedido para aminorar el efecto inmediato en las urnas contra su partido político" (Villamil, 2004).

No sólo el ataque contra los trenes pudo ser el detonante que pusiera fin al gobierno del PP. Quizá el error de Mariano Rajoy buscando convocantes inexistentes pudo provocar el efecto altavoz que colocó a 'la noche de los mensajes cortos' en todas las portadas de los periódicos del mundo inaugurando en España una nueva forma de despertar la conciencia colectiva, gracias a los mensajes SMS.

Las manifestaciones del 13M constituyeron un punto de inflexión, una nueva manera de aplicar las nuevas tecnologías al mundo de la política. Las manifestaciones convocadas por teléfono móvil, rompiendo el llamado día de reflexión, fueron un factor fundamental "para que la cuestión paz o guerra se pusiera en el centro de la escena", señalaban desde el diario argentino Página 12[5]. También es cierto, como apunta Fermín Bouza, catedrático de Opinión Pública de la Universidad Complutense de Madrid, en el ya mencionado reportaje de Elena Sierra que "vino a encarnarse en aquel momento en una necesidad inmediata, la de saber".

#### Definición

Es bastante complicado definir qué es un flash-mob. Para Antonio Ortiz, se trata de cómo cientos de personas, "a través de Internet, por el correo, en foros y blogs, con chats y móviles, acuerdan presentarse en masa en un punto concreto, a una hora determinada y ejercer una acción generalmente un tanto desconcertante"[6].

Para otros, "el flash mob consiste en la formación de grupos efímeros con fines lúdicos, a través de contactos vía Internet"[7]. Una definición más completa la aporta Rodrigo Prieto, para quien el flash mob "es una nueva clase de expresión social colectiva, espontánea, breve, simple, enérgica, lúdica posibilitada por la instantaneidad y fluidez de Internet. La mecánica es simple. Un cibernauta convoca, ya sea a través de una página web o de una lista de e-mails, a una manifestación abierta en un lugar público, en una fecha y hora determinada, precisando la acción a realizar y su duración. Lleguen cuántos lleguen, la manifestación se realiza generando conmoción, o al menos curiosidad, entre los transeúntes del lugar" (Prieto, 2004). La publicación Wired define el 'proyecto mob' como un experimento basado en el correo electrónico. La idea por eso, no es nueva. Los mails fueron ya claves en protestas antiglobalización como las de Seattle o Washington, y también en ciudades europeas.

Sin un sentido único claramente definido, estas movilizaciones fugaces, pueden ser entendidas de distintas maneras que van desde un juego colectivo, pasando por intervenciones artísticas, hasta manifestaciones políticas, o una mezcla de ellas, pues el límite que las separa es bastante difuso.

Para el mencionado Rodrigo Prieto, "los flash mobs expresan una nueva clase de ciudadanía, de ejercer el derecho de opinión, en la era de las comunicaciones, una forma en la cual, aprovechando la extensión y fluidez de la Red, se puede formar parte de manifestaciones públicas, para las cuales no hace falta militar en partido ni movimiento alguno, donde

tampoco se precisa de demasiado esfuerzo ni producción material, tan solo un poco de tiempo y voluntad. De ahí que se afirma que los flash mobs reflejan el espíritu de la sociedad de la información, caracterizada por la instantaneidad, por lo desechable, por la rapidez y la fluidez" (Prieto, 2004).

Sin traducción al castellano, se están propagando por la Red a velocidad de vértigo. Los flash mobs revelan la existencias de comunidades autoorganizadas creadas a raíz de su conexión por la Red y el potencial que tiene Internet para la génesis de posturas y planteamientos fuera de lo establecido, sin el filtrado ni el enfoque que dan los medios de comunicación de masas. Los colectivos pueden de esta manera enfrentarse casi a cualquier situación. Para el mencionado Antonio Ortiz, "hoy pueden hacer gestos divertidos, mañana presentar denuncias o reclamaciones, pasado simplemente presentarse miles de personas a algún sitio para llamar la atención del resto del mundo sobre él, acciones legales, políticas...".

#### Historia

Es difícil concretar cuándo y por qué comenzó el fenómeno del flash mob. De hecho, y aunque lo acontecido tras el 11M haya causado un gran revuelo, el fenómeno no es nuevo. Desde hace tiempo, de una manera u otra, las personas han encontrado el modo de gritar sus consignas, de llamar a las movilizaciones. Ocurre que desde hace unos pocos años, la Red y los teléfonos móviles son el medio por el que se difunden convocatorias cuyo único objetivo es convocar a mucha gente en un lugar concreto para pasar un buen rato o reivindicar algo. Rapidez y espontaneidad son sus dos pilares fundamentales.

Tal y como recoge el mencionado Rodrigo Prieto, "existen distintas vertientes para explicar el origen de esta forma de movilización, tanto desde la teoría como desde la práctica, lo que impide identificar un momento único de aparición; sin embargo, como toda manifestación social, con certeza en sus orígenes están presentes todas estas vertientes" (Prieto, 2004).

Hay quien sostiene que el primer mob fue convocado por un locutor de radio en 1960, el cual citó a sus oyentes en un lugar y hora determinado sin ningún motivo concreto. La concentración fue multitudinaria y para cuando apareció la policía a poner orden, nadie supo explicar el porqué. Como concepto, el término flash mob también se le atribuye al escritor de ciencia ficción Larry Niven, quien lo habría creado en 1973 para denominar protestas instantáneas contra el poder, en uno de sus breves relatos, aunque los primeros registros de estas acciones habrían surgido una década antes en Amsterdam, por iniciativa de Koosje Koster, con el propósito de burlar a la policía local[8]. Ahora bien, también hay quien sitúa los orígenes de estas acciones lejos del carácter lúdico que reivindicaban sus primeros promotores y más próximo al movimiento situacionista liderado por Guy Debord a finales de la década de lo 60, cuando hablaba de crear situaciones construidas, "momentos de la vida, construidos concreta y deliberadamente para la organización colectiva de un ambiente unitario y de un juego de acontecimientos" con el propósito de descolonizar la 'sociedad del espectáculo' -como llamó a la sociedad capitalista de consumo- y promover su transformación ininterrumpida (Vicente Hernando, 1999: 7 y ss). En la práctica, esto se manifestaba en la realización de acciones públicas simples, en las que se cambiaba el sentido de lo cotidiano.

El propósito de fondo era promover el cambio social, por medio de acciones que cuestionaran las certezas básicas de la sociedad, una "resistencia" civil, cotidiana, activa, etcétera, muy en sintonía con las acciones de los que se conocen como movimientos antiglobalización. Ahora bien, aunque parezca paradójico, la mayoría -si no todos- de estos grupos tienen como principal herramienta el producto más emblemático de la globalización: Internet.

Para otros, el fenómeno flash mob nació a partir de "Bill" -seudónimo bajo el que se esconde el considerado como uno de los "principales activistas" de este movimiento- quien convocó en junio de 2003 a cincuenta personas en cuatro bares de Manhattan, ordenados según sus meses de nacimiento, a través del correo electrónico, donde se les dio más instrucciones: acudir a la novena planta de Macy's y reunirse alrededor de una determinada alfombra. Unas cien personas se presentaron espontáneamente en el lugar y se pusieron a vociferar opiniones diversas frente a una pila de alfombras. Al rato se fueron sin darles a los empleados sorprendidos ni una explicación.

Y es que los mobs modernos se comenzaron a lanzar a través de Internet, normalmente mediante el correo electrónico, o de los teléfonos móviles, y en círculos reducidos (conocidos, amistades, etcétera), lo que los convierte en eventos bastante controlados, con entre 200 y 300 participantes de media.

Hoy día miles de personas participan en los flash mobs. Poco a poco, las convocatorias cada vez atraen a más curiosos.

Un caso similar al español en el que un mensaje de texto a través de las redes sociales jugó un papel destacado también aconteció en EEUU. Se trata de la campaña electoral de Howard Dean, que si bien no se tradujo en votos concretos, generó mucha expectación por el uso creativo de las nuevas tecnologías de la información. Además del más que difundido sistema en línea de donaciones, se puso en marcha un sistema de pequeñas comunidades de mensajería de texto vía teléfono móvil para convocar a actos de campaña, para avisar de la comparecencia del candidato ante los medios de comunicación, etcétera. Cada cual podía sumarse a una comunidad o crear una nueva.

No cabe la menor duda que desde el punto de vista electoral resultó un fracaso, ya que Dean no ganó las elecciones en su partido. Sin embargo, sí es cierto que consiguió una red nada despreciable que fidelizó a través de esas nuevas herramientas de comunicación.

Como ya hemos apuntado, la moda del flash mob surgió en EEUU. De allí, la euforia y la confusión que produce se trasladó a Europa a través de Internet poco antes del verano de 2003. De hecho, por esas fechas, diferentes capitales europeas fueron testigos de la aparición repentina de grupos de personas en lugares públicos que realizaban acciones determinadas, y en ocasiones absurdas, para desaparecer poco después.

Los italianos fueron los primeros y el 24 de julio montaron el primer flash mob europeo con una participación de unas 150 personas, según recogió Il Corriere de la Sera. La convocatoria se propagó por Internet a través del correo electrónico: la cita era a las siete en punto de la tarde frente a un McDonalds del centro de Roma. Una vez allí, a la hora indicada, se

empezaron a distribuir unas octavillas con las esperadas instrucciones. Minutos después, una multitud de gente se agolpaba ante el mostrador de una gran librería, pidiendo con insistencia un libro que no existe a los atónitos dependientes. De repente, el gentío, después de romper en aplausos, se dispersó.

La convocatoria del primer flash mob en España se produjo en Barcelona, y lo cierto es que el éxito fue más bien nulo vista la escasa participación de personas concentradas frente a la Estatua de Colón. Los congregados se situaron en la base del monumento con el brazo en alto señalando en la misma dirección que la estatua. Tras pasar un minuto dieron dos vueltas para acto seguido ponerse a gritar "¡Qué vienen los indios!". Una vez hecho esto, se dispersaron en silencio. Algunas personas más también se dieron cita para participar en ella, pero decidieron no 'hacer el indio', como rezaba la convocatoria transmitida mediante Internet y mensajes de móvil, cohibidos por la presencia de los medios de comunicación, a quienes se les achacó el fracaso del encuentro por su "intromisión".

#### Características

Como ya apuntábamos con anterioridad, rapidez y espontaneidad son los dos pilares fundamentales del flash mob. Unidas a estas características, otras son también la naturaleza inexplicable y la falta de motivación obvia inherente a las reuniones espontáneas de multitudes que constituyen.

Quizás uno de los detonantes de esta revolución comunicativa sea la rapidez con la que los usuarios pueden intercambiar informaciones. El 13M, en apenas dos horas, las manifestaciones espontáneas convocadas a través de mensajes enviados desde los móviles ante las sedes del PP se multiplicaron.

La mayor novedad sociológica son las 'comunidades instantáneas' que se forman, personas que conviven juntas durante unos pocos minutos, sin conocerse previamente. Y lo hacen de manera voluntaria, con el fin de realizar un acto juntos.

Asimismo, este fenómeno de reunión emparentado con el llamado flash-mob tiene como característica que es muy complicado detectar quién es realmente el convocante. Por norma general, este tipo de protestas se crean de forma espontánea, sin ningún tipo de convocatoria sólida por parte de ningún partido u organización, dejando cierto margen de intriga de quienes participan, ya que la actividad sólo es revelada momentos antes, y de quienes se convierten en involuntarios espectadores de, en ocasiones, tan absurdas escenas. Ahora bien, también hay flash mobs totalmente programados milimétricamente y coordinados.

Otra de las características de los flash mob radica en su instantaneidad. Si no hay puntualidad, no hay coordinación y entonces el evento no tiene sentido. Una vez finalizado el mismo, la multitud tiende a dispersarse. Esa dispersión es otra de las características imprescindibles del 'juego'. En la mayoría de las instrucciones se indica que se realice como si no hubiera pasado nada. De hecho, muchos se marchan del flash mob preguntándose qué sentido ha tenido. Y lo cierto es que muchas de las veces el sentido es sólo la diversión.

La mayoría de los flash mob son apolíticos, si bien hay quien ve una toma de conciencia en estos actos, una venganza contra el orden imperante en la sociedad actual, donde las multitudes son previsibles y ordenadas. Ahora bien, también hay quien como desde Infonomía[9] diferencia entre flash-mob positivos, "unirse rápidamente para mostrar la opinión del público ante un acto", y flash-mob negativos, "uso de las tecnologías en contacto instantáneo para coordinar actos terroristas".

#### Conclusiones

Sea como sea, y aunque se dice que organizar flash mob ya no está de moda, ha surgido en una nueva forma de organizarse independientemente de ideologías o líderes. ¿Quién sabe cómo evolucionará esta moda? Como tal moda que es, se desconoce si el recorrido que tiene será tan corto como la capacidad de no aburrir de quienes buscan en el flash mob una fuente de novedad y originalidad. Lo que es seguro es que es algo relativamente nuevo, sin precedentes en la historia y fruto de cómo las nuevas tecnologías influyen en nuestra vida creando lo que algunos ya conocen como la e-sociedad.

Interactuar hasta tal punto que la conexión entre personas anónimas a través de Internet o el teléfono móvil se traslade a la calle puede ser muy interesante, pero da la impresión de que este fenómeno basado en la representación del absurdo debe dotarse de algún contenido (artístico, político, social, etcétera) si quiere dejar una huella más profunda que la de la moda pasajera.

Lo ocurrido el 13M demuestra, en palabras de Eva Sastre, que "las nuevas tecnologías están encontrando formas revolucionarias de aglutinar los pensamientos disconformes, aunando el sentir de mucha gente dispersa que de otro modo no sabría, no podría, no tendría acceso a lo que ocurre" (Sastre, 2004). De ahí se extrae la primera de las enseñanzas: las nuevas tecnologías cada vez juegan un papel más importante en la teoría y en la práctica de la resistencia. Unida a ésta, la segunda enseñanza: es la propia gente, con su manera y diversidad, pero con un impulso de resistencia común, la que se ha convertido en el auténtico motor del movimiento popular.

Ya sean un mero juego, o una nueva forma de hacer acción política, lo cierto es que los flash mobs son un ejemplo de cómo las personas hacen suyas las nuevas tecnologías y las utilizan como medio para generar espacios de encuentro, de creación, de interpelación social, de cuestionamiento, de fiesta; en definitiva, acciones llenas de sentido que muestran que la Red es mucho más viva de lo que se acostumbra pensar.

De lo que vivimos el 13M se deduce que el fenómeno del flash mob es una aplicación de las nuevas tecnologías al mundo político de forma inesperada y brusca. También es cierto que vino a encarnarse en aquel momento en una necesidad inmediata, la de saber.

#### Reseñas empleadas

Azurmendi, Ana (2004): "Sobre el 11M: comunicando el terror y la solidaridad". En Sala de Prensa, nº 65, Año VI. Vol. 3. En <http://www.saladeprensa.org/art547.htm>. Accedido el 26 de mayo de 2004.

Pacheco López, Iñigo (2004): 11-M. La respuesta. Madrid: ACADAP.

Prieto, Rodrigo (2004): "Flashs Mobs, sorpresas a la vuelta de la esquina". En ObservatorioDigital.net, nº251, del 23 al 29 de enero de 2004. En <http://www.observatoriodigital.net/bol251.htm>. Accedido el 5 de abril de 2004.

Rekalde Ángel (2004): "11-M: El otro nervio de la guerra". En Rekalde, Á., Alba Rico, S., Pereira, R., Giacopuzzi, G. y Salutregi, J. (2004): 11-M. Tres días que engañaron al mundo. Tafalla: Txalaparta.

Rheingold, Howard (2002): Smart Mobs: The next social revolution. New York: Hardcover.

Sastre Forest, Eva (2004): "Barcelona 13-M. La noche de los móviles". En Rebelión, de 18 de marzo de 2004. En <http://www.rebelion.org/spain/040318esf.htm>. Accedido el 7 de junio de 2004.

Sirgado, Miguel A. (2003): "Flash mob, sin sentido ni motivo". En El Nuevo Herald, de 20 de agosto de 2003. En <http://www.miami.com/mld/elnuevo/entertainment/movies/6569788.htm>. Accedido el 5 de abril de 2004.

Torres, Pablo (2004): 11-M. Homenaje a las víctimas. Madrid: mr-ediciones.

Vicente Hernando, Cesar de (1999): Discurso sobre la vida posible. Hondarribia: Hiru.

Villamil, Jenaro (2004): "Aznar, el final de una forma de control mediático". En Sala de Prensa, nº 65, Año VI. Vol. 3. En <http://www.saladeprensa.org/art542.htm>. Accedido el 25 de mayo de 2004.

[1]. Se puede leer el artículo completo "El día que los SMS cambiaron la política" en [http://periodistas21.blogspot.com/2004\\_03\\_01\\_periodistas21\\_archive.html#107921875811574082](http://periodistas21.blogspot.com/2004_03_01_periodistas21_archive.html#107921875811574082). Accedido el 10 de mayo de 2004.

[2]. Titular aparecido en la edición digital de El Mundo, el domingo 14 de marzo de 2004, en la actualización de las 04:24 horas.

[3]. Por happening se entiende toda manifestación artística que se caracteriza por la participación del público, donde las acciones surgen espontáneamente, sin previa organización. Es por eso que su tiempo de duración varía y cuando concluye, los finales son irrepetibles.

[4]. En <http://www.xpress.es/radiocable/lanochedelos1.asf>. Accedido el 7 de abril de 2004.

[5]. En <http://www.pagina12web.com.ar/>. Accedido el 2 de junio de 2004.

[6]. En <http://www.error500.net/modules/news/article.php?storyid=172>. Accedido el 1 de abril de 2004.

[7]. En <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/1203/0712/noticias071203/noticias071203-2.htm>. Accedido el 1 de abril 2004.

[8]. En <http://www2.fmg.uva.nl/sociosite/websoc/flashmob.html>.

[9]. En <http://www.infonomia.com/ideasfuerza/imprime/flashmobs.asp>. Accedido el 19 de mayo de 2004.

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Meso Ayerdi, Koldobika (2004): Teléfonos móviles e Internet, nuevas tecnologías para construir un espacio público contrainformativo. El ejemplo de los flash mob en la tarde del 13M. Revista Latina de Comunicación Social, 58, La Laguna (Tenerife). Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20041558meso.htm>