

Ciberactivista: una nueva identidad en las ciudades africanas

Cyber activist: a new identity in the African's cities

CARLOS BAJO ERRO

RESUMEN

El incipiente pero rápido proceso de expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en África está ya teniendo impactos diversos en estas sociedades. Uno de estos fenómenos tiene que ver con la identificación de los usuarios más convencidos de su utilidad y las propias herramientas. Así nos encontramos cada vez más con individuos que se identifican como blogueros, tuiteros o ciberactivistas, por ejemplo.

Esta contribución analiza el caso de Senegal, donde una experiencia exitosa (al menos, desde la perspectiva de repercusión) de uso de las redes sociales y de las herramientas de la web 2.0 como instrumento de participación social y política durante las elecciones presidenciales de 2012 se encuentra muy ligada al surgimiento de una identidad: la de ciberactivista. El caso senegalés y muestra cómo esta identidad tiene una dimensión personal, de autoafirmación y autodefinición de los individuos, y una dimensión colectiva, de pertenencia a una comunidad. Tanto una como la otra presentan rasgos propios, diferentes a los de las categorías tal y como se entendían hasta el momento, fundamentalmente porque funden y confunden el ámbito virtual y el presencial.

Debido a la propia dinámica de expansión de la tecnología, esta identidad es fundamentalmente, aunque no exclusivamente, juvenil y urbana y genera toda una serie de dinámicas novedosas, al menos, en el colectivo al que afecta. Por este motivo, además de observar el surgimiento y la evolución de este fenómeno se plantearán también algunas de sus implicaciones en materia, por ejemplo, de participación social y política de colectivos tradicionalmente

"invisibles", más allá de las nuevas formas de sociabilidad, pero también ciertas modificaciones en las reglas del juego que pueden determinar cambios sociales.

PALABRAS CLAVE: TIC, redes sociales, participación, sociedad, identidad.

ABSTRACT

The incipient but quickly expansion action on the Information and Communications Technologies (ICT) in Africa it is now just having different impact on these societies. One of these relates bear on how users are identified with these tools. Just like that we find individuals identify as bloggers, twitter followers or cyber activist.

This contribution analyzes the Senegal's fact where a successful use of social nets and web 2.0 tools experience (at least in repercussion) as social and political involvement while presidential elections in 2012 is tied to come back an identity: Cyber activist. Senegalese circumstance shows us how this identity has a personal and assertiveness dimension as well collective aspects of belonging to a community. One as much as the other, show us personal traits in contrast to previous beliefs, basically because it fuse and confuse virtual and reality. Due to dynamics from expanding technology, this identity is youthful and urban, but not only. This situation creates new dynamics at least in this affected group. For this reason, besides knowing emergence and evolution of this fact, it raises some of the involvement in social and political involvement from groups traditionally "invisible". Beyond the new social behavior there are new changes in the rules of the game in order to start new social revolution.

KEYWORDS: ITC, social network, participation, society, identity.

El ágora es el espacio de debate público, en la antigua Grecia, igual que lo es la "palabre" en las sociedades tradicionales africanas. Ambas "instituciones" se han ido cubriendo, con el tiempo, por una capa de idealismo democrático que no se corresponde exactamente con la realidad. En una y en otra, las restricciones para participar están condicionadas a la posición, el prestigio social o la iniciación en un rito o una cultura (Iniesta, 2010, 48-54). Pero, ¿qué pasaría si se configurase una esfera de debate público en la que la única restricción fuese operativa, es decir, simplemente poder entrar? Sería una especie de revisión de esos conceptos y ese es el sentido en el que se mueve el uso de las redes sociales y de las herramientas de la web 2.0 para la participación social y política, aunque el camino no ha hecho más que comenzar y, evidentemente, las herramientas no son perfectas.

La extensión del debate y la participación social al entorno digital ha irrumpido con fuerza y ha abierto las puertas de esta esfera a colectivos o grupos sociales que hasta el momento veían limitada su participación. Las limitaciones venían en unos casos provocadas

por restricciones de todo tipo, no todo el mundo puede acceder a un parlamento y no todo el mundo puede acceder a los medios de comunicación convencionales; pero en otras ocasiones las limitaciones también tenían que ver con la falta de interés, la desafección política es un fenómeno internacional. El nuevo ámbito de debate ha hecho desaparecer algunas de estas barreras en lo que se refiere a ciertos colectivos. Sin embargo, la novedad no tiene que ver sólo con las prácticas. La tecnología, como ocurre en otros casos, modifica hábitos, pero también produce cambios en la propia sociedad.

Cada vez más nos encontramos con ciudadanos en África que al ser preguntados se definen a sí mismos en primer lugar como blogueros, como *tuiteros*, como ciberactivistas, como cibermilitantes o como e-ciudadanos, por citar sólo algunas de las categorías que no agotan todas las posibilidades. Así, el uso de las TIC no es sólo un entretenimiento o un trabajo (según los casos), ni siquiera es sólo un hábito o incluso un "vicio", sino que es un rasgo identitario. Ciertos grupos de usuarios de estas herramientas crean comunidades de las que se sienten miembros y a las que se sienten arraigados, si bien es cierto que estos conceptos requieren una revisión en el entorno virtual. En esta contribución se abordará este fenómeno en el caso de Senegal, donde, a partir de una serie de iniciativas desarrolladas durante las elecciones presidenciales de 2012, se sentaron las bases para que muchos de los usuarios diesen el paso de, por ejemplo, usar Twitter a ser *tuiteros* (o *twittos* en la nomenclatura más usada en el país) o de tener un blog a ser blogueros.

Los materiales de este artículo se basan por un lado, en las entrevistas realizadas a muchos de los usuarios más comprometidos y activos durante ese proceso electoral, en las que hablaban de su percepción de esas nuevas herramientas pero también de las motivaciones de su uso y en las que hacían previsiones de futuro acerca de la evolución de este uso con compromiso social. Por otro lado, se apoyan también en la observación de algunas dinámicas de funcionamiento de esas herramientas durante aquellos días. Y finalmente, se sustentan en la evolución que han sufrido tanto las herramientas, como las propias iniciativas e, incluso, los protagonistas (a los que se han ido sumando nuevos actores). Así, en esta determinación de las implicaciones resulta fundamental la posibilidad de abordar el fenómeno con una cierta "perspectiva histórica". Las preguntas fundamentales en ese primer momento eran: ¿cuál será el futuro de estas iniciativas?, y ¿cuál será la evolución de los propios usuarios y de su implicación? En términos metodológicos esta investigación se desarrolla, al mismo tiempo, en paralelo y a continuación de una investigación sobre el uso de las redes sociales y de las herramientas de la web 2.0 como instrumento de participación política y social¹.

Lo cierto es que el caso de Senegal resulta paradigmático. Como se verá a continuación, las condiciones que se produjeron en este contexto concreto lo convierten casi en un experimento, un ejemplo de laboratorio que se desarrolla, en aspectos concretos,

¹ Se trata de la investigación El uso de las redes sociales virtuales en el contexto de las elecciones presidenciales 2012 de Senegal. Una vía para una nueva ciudadanía realizada para el Trabajo de Final de Máster del Máster Ciencias sociales del desarrollo: Culturas y desarrollo en África (CUDA) – Edición 2010–2012, de la Universitat Rovira i Virgili (URV). Consultable en línea en http://www.issuu.com/carlosbajoerro/docs/tfm_redes_sociales_en_senegal_a_-_carlos_bajo_erro

sin condicionantes que lo perturben. Por otro lado, la posibilidad, en primer lugar, de observar el fenómeno casi desde sus inicios y, en segundo lugar, de contar con la suficiente perspectiva para observar una primera evolución, permite tomarlo como caso de estudio ilustrativo.

Una introducción al fenómeno Sunu2012²

A principios del año 2012, Senegal afrontaba la preparación de unas elecciones presidenciales previstas para los meses de febrero y marzo de 2012³. Se trataba de una cita que se había presentado como trascendental y a medida que se acercaba ese interés se iba incrementando todavía más. Por un lado, la familia del presidente, Abdoulaye Wade, y su entorno había ido apareciendo en los últimos meses envuelta en diferentes escándalos de corrupción. Por otro, algunos periodistas críticos y personalidades de la oposición política alertaban desde hacía meses de la voluntad de Wade que aferrarse al poder que ostentaba incluyendo, según sus advertencias, si fuese necesaria una manipulación del proceso.

Este discurso caló en una sociedad civil que había ido experimentando una escalada de descontento. Los ciudadanos habían tenido que hacer frente a un aumento de los precios de productos básicos y a las deficiencias de algunos servicios públicos como el de la electricidad. Durante el año anterior a las elecciones, Wade había tomado decisiones políticas controvertidas y contestadas en la calle, incluido un intento de modificar la Constitución que habría podido aprobar por su mayoría en la Asamblea Nacional, pero que prefirió retirar ante las protestas. Ese descontento que se proyectaba hacia la clase política, en general, tenía evidentemente una diana clara en la figura que en ese momento ostentaba el poder, Abdoulaye Wade.

La chispa definitiva saltó cuando el 27 de enero la candidatura de Wade a las elecciones presidenciales fue validada por el Consejo Constitucional. Para la oposición política, esa era la demostración de que el presidente intentaría aferrarse al poder y de que estaba dispuesto a pasar por alto las reglas del juego democrático. Para los sectores de la sociedad descontentos con la gestión de Wade, era una provocación y un reto, el de conseguir que, a pesar de todo, se produjese un relevo en el Palacio Presidencial (Diop, 2013, 73–88).

Este contexto de confrontación degeneró inmediatamente en crispación. Sobre todo, cuando las manifestaciones callejeras derivaron en violencia y una contundente represión. Las protestas se cronificaron y durante prácticamente un mes las calles de Dakar fueron escenario casi a diario de enfrentamientos entre las fuerzas de seguridad y los manifestantes. El uso del material antidisturbios, incluida la profusión de gases lacrimógenos, y las barricadas, con neumáticos en llamas y aceras levantadas, se hicieron

2 Una plataforma de vigilancia de las elecciones presidenciales 2012 en Senegal. <http://www.sunu2012.net/>

3 La primera vuelta de las votaciones se celebró el 26 de febrero y la segunda ronda, el 25 de marzo.

habituales durante ese mes previo a las elecciones. Un proceso que se saldó con una cifra de entre ocho y doce fallecidos, según las fuentes.

LA TOMA DE LAS REDES SOCIALES

Ese fue el escenario en el que despuntó un fenómeno novedoso, al menos, en Senegal y en África Occidental, en general, el asalto a las redes sociales como escenario de denuncia y como medio de expresión de la sociedad civil y de los ciudadanos anónimos comprometidos. Facebook y, sobre todo, Twitter y YouTube se convirtieron en el lugar en el que verdaderamente se informaba de lo que estaba ocurriendo en Senegal. Las informaciones llegaban desde el terreno, sus autores estaban en las calles, desde donde *tuiteaban* las fotografías de los heridos, colgaban los vídeos de los enfrentamientos y compartían las informaciones de instituciones internacionales.

Estos periodistas ciudadanos no estaban allí por casualidad, en realidad, se trataba de miembros de colectivos que se habían preparado para hacer un uso de las redes sociales y de las herramientas de la web 2.0 durante el proceso electoral, pero en un contexto de normalidad democrática. Sin embargo, se habían visto obligados a modificar su estrategia ante los acontecimientos imprevistos (Bajo, 2012, 54).

A pesar de la precariedad, la presencia en el terreno, el rigor con el que desarrollaron su labor informativa y la mesura de sus mensajes les fueron haciendo ganar legitimidad. Estos usuarios de las redes sociales se convirtieron en fuente de información, fundamentalmente, para los medios de comunicación internacionales y para los senegaleses en la diáspora. A través de la constancia, se ganaron la confianza del resto de usuarios y despertaron la curiosidad de los corresponsales extranjeros.

Se trataba fundamentalmente de jóvenes encuadrados en dos iniciativas distintas, Sunu2012⁴ y SamaBaat⁵. La primera de ellas pretendía ser una plataforma de información y de contacto directo entre los candidatos y los electores. Técnicamente estaba prevista para alojar información electoral y facilitar los mecanismos para que los ciudadanos interpelasen directamente a los candidatos. Su premisa era que el hecho de votar al futuro presidente era suficientemente importante como para hacerlo con toda la información que fuese posible. La segunda, SamaBaat, era una plataforma de vigilancia, basada en Ushahidi⁶, una herramienta creada en 2007 en Kenia como respuesta a la violencia desencadenada tras unas elecciones. Era un instrumento para que la sociedad civil se implicase en la denuncia de cualquier tipo de irregularidad surgida durante el proceso electoral ya fuesen fraudes, compra de votos, coacciones o cualquier otro abuso (Bajo y Castel, 2013, 54–60).

4 <http://www.sunu2012.net/>

5 <http://www.samabaat.com/>

6 <http://www.usahidi.com/>

LAS CONDICIONES ESPECIALES DE SENEGAL

Este fenómeno fue posible en Senegal, únicamente, por la confluencia de una serie de factores. Estas dos iniciativas, junto a otros pequeños proyectos más personales, surgieron porque en el país las condiciones tecnológicas lo permitían y por la existencia de un pequeño colectivo de personas con los conocimientos y las inquietudes necesarias (Sagna, 2013, 606–609), jóvenes formados en periodismo o comunicación que entraron en contacto con otros que tenían experiencias en programación y desarrollo web. Las iniciativas que habían nacido en paralelo y de colectivos diferentes acabaron confluyendo, colaborando y complementándose porque el clima político habitual de Senegal no es conflictivo y porque sus miembros bebían de la cultura del trabajo colaborativo. Además, el núcleo duro de estos proyectos, las personas que los impulsaban en un primer momento y a las que luego se fueron uniendo otros usuarios, se conocían entre sí. En la mayor parte de los casos Jokkolabs⁷, un *tech hub*⁸ situado en Dakar, había sido el punto de encuentro.

De hecho los propios gestores de Jokkolabs eran los responsables técnicos de la iniciativa SamaBaat, que era un proyecto de un grupo de ONG senegalesas e internacionales. Los principales impulsores de Sunu2012, que se presenta como un proyecto de la asociación de blogueros senegaleses, como por ejemplo Basile Niane, presidente de la entidad, Cheikh Fall, ideólogo de la iniciativa, o Demba Guéye, impulsor de #kebetu, habían coincidido también en Jokkolabs. En este espacio muchos de esos usuarios de las redes sociales habían compartido conocimientos y experiencias, habían recibido formación y asesoramiento, y se habían hablado mutuamente de su visión de la tecnología y de sus proyectos estableciendo un primer vínculo que después se iría haciendo más fuerte (Pisani, 2013).

LA EXPERIENCIA EXITOSA COMO EJEMPLO DE POTENCIAL

En el crecimiento de este fenómeno, resulta fundamental el hecho de que el primer reto al que se enfrentó, después de algunos modestos y variados ensayos previos, resultó exitoso. Es imposible determinar el impacto real de las iniciativas cívicas de vigilancia y denuncia en el resultado de las elecciones, pero no es descabellado señalar que jugaron algún papel en el desarrollo pacífico de los comicios. Sin embargo, hay algunas pistas que permiten decir que la experiencia resultó un éxito y más teniendo en cuenta que se trataba de la puesta de largo de este fenómeno.

En primer lugar, la atención recibida por los medios internacionales. La experiencia de uso de las redes sociales durante las elecciones presidenciales de Senegal despertó la curiosidad de portales de información y medios impresos, como SlateAfrica o Jeune Afrique; de

7 <http://www.jokkolabs.net/>

8 Término con el que se denomina a los viveros de empresas tecnológicas con una especial inquietud por la innovación tecnológica al servicio de la sociedad. En estos centros de coworking (espacios comunes de trabajo) se potencian las sinergias entre los distintos usuarios y además de un espacio de trabajo se ofrece asesoramiento, formación y otros servicios similares.

cadenas de televisión, como AlJazeera o France24; y de emisoras de radio como Rfi o RNW. En segundo lugar, el hashtag⁹ #sunu2012, fue utilizado, por ejemplo, por medios de comunicación y periodistas independientes, tanto senegaleses como extranjeros; o por instituciones internacionales y delegaciones diplomáticas. En tercer lugar, los impulsores de estas iniciativas fueron viendo cómo otros colectivos sociales, desde el entorno universitario al político, se acercaban a ellos. Y en cuarto lugar, algunos de los impulsores de esta iniciativa como Basile Niane, Cheikh Fall o el responsable de Jokkolabs, Karim Sy, han sido requeridos para explicar su experiencia en diferentes países de África y Europa en todo tipo de congresos y encuentros.

Esta experiencia exitosa hizo, ya durante el proceso, que el número de usuarios adheridos, con las características que esa adhesión tiene en el entorno virtual, fuese creciendo. De esta manera, el número de personas vinculadas en diferentes grados a los colectivos que impulsaron los proyectos fueron creciendo; así como las que, a partir de ese momento, se fueron interesando más por el uso de las redes sociales y del mundo de internet, en general.

Sin ir más lejos, la asociación de blogueros senegaleses que impulsaba la iniciativa de Sunu2012 contaba apenas con una quincena de miembros activos en el momento de la puesta en funcionamiento de la plataforma¹⁰. Con el tiempo, esta organización ha ido diversificando su actividad y se ha convertido, por ejemplo, en una plataforma de solidaridad ciudadana a través del portal SunuCause¹¹. De la misma manera, de la precariedad de medios de los primeros tiempos ha pasado a organizar encuentros periódicos contando con el apoyo de las delegaciones diplomáticas occidentales como se verá más adelante.

De este modo, el fenómeno gracias al ejemplo de la experiencia de éxito ha dejado de ser percibido como un pasatiempo, para adquirir la mayoría de edad. En muchos ámbitos, esa blogosfera o *tuitosfera* se percibe como un elemento más dentro del abigarrado y ambiguo concepto de la sociedad civil e, incluso, se le llega a reconocer un ascendente de influencia como actor de la vida política y social.

La identidad "ciberactivista" entre el individualismo y la colectividad

El crecimiento de este fenómeno, la euforia del éxito y la percepción de su potencial han hecho que cada vez más usuarios en Senegal (principalmente, en Dakar, aunque no exclusivamente) se identifiquen con las herramientas como forma de adhesión a lo que se considera una realidad más amplia. De esta forma, el hecho de mantener un blog o de utilizar de manera comprometida Twitter se ha convertido en un rasgo de la identidad.

9 Etiqueta que se emplea en Twitter (y después en otras redes sociales) para facilitar las búsquedas temáticas. Su uso es libre y depende de la voluntad del autor del mensaje. El seguimiento de una etiqueta genera hilos informativos sobre un tema concreto.

10 Según los datos ofrecidos por el presidente de la organización, Basile Niane, durante una entrevista personal mantenida en Dakar el 1 de marzo de 2012.

11 <http://www.sunucause.com/>

Esta nueva identidad está, evidentemente, condicionada por la propia naturaleza de las herramientas, pero al mismo tiempo supera esas características técnicas.

De este modo, la identidad que, de alguna manera, combina la existencia virtual en la red, con la existencia física en el mundo de las relaciones personales tiene múltiples dimensiones. A menudo se considera que el uso de las redes sociales y de internet, en general, provoca comportamientos individualistas, por el hecho de que se refleje en la actividad del usuario a través de su ordenador (o de otros dispositivos como los teléfonos móviles). Sin embargo, se trata de una forma de sociabilidad con unas reglas propias y diferentes a las de las relaciones cara a cara (Castells, 2001c, 137-154).

En el caso de la proliferación de este fenómeno en Senegal se observa la combinación de una doble dimensión. Por un lado, la parte individual de definición personal. Pero no resulta menos importante la dimensión colectiva. En el proceso estudiado, esta dimensión colectiva tiene un peso específico considerable por el hecho de que se articula a través de la relación del individuo con la comunidad y que la propia razón de ser de fenómeno tiene que ver con la participación social y política. Ambas dimensiones se confunden y se relacionan entre sí porque como señala Imma Tubella "en la sociedad red no hay nada más colectivo y más social que la construcción de la identidad" (Tubella, 2004, 63).

UN BREVE APUNTE SOBRE LA DIMENSIÓN INDIVIDUAL

La identidad digital es, por definición, un proceso de construcción propia (Calhoun, 1994, 9-10). A través de la identidad en las redes sociales, de los avatares, el usuario tiene la posibilidad de construir otro yo (Castells, 2001b, 28-29). Sin embargo, como señalan algunos teóricos, ésta es sólo una de las partes de la identidad digital, quizá el punto de partida, pero no es la única parte, ni tampoco la más importante. La identidad digital tan como se concibe actualmente tiene tres partes básicas: la que se construye él mismo, la que construye a través de sus actualizaciones y de los contenidos que comparte y la que construye en su interrelación con los otros usuarios, a través de sus comentarios, por ejemplo (Georges, 2008).

En el caso, senegalés, nos encontramos con avatares y nicks puramente descriptivos, es decir, aquellos que hacen referencia directa a la identidad del usuario más allá del entorno digital, como abreviaturas o fusiones de nombres propios. Sin embargo, también son habituales los que están cargados de épica y que hacen referencia a identidades "soñadas", espías, agentes secretos, héroes reales o ficticios y las inevitables referencias (inevitables en el contexto del que hablamos) a personajes o movimientos panafricanistas (como las efigies de personalidades como Thomas Sankara), al movimiento rasta y a las culturas urbanas, desde el hiphop hasta el graffiti.

LOS RASGOS DE LA DIMENSIÓN COLECTIVA

En este entorno de las redes sociales y del mundo virtual, en general, resulta más impactante cómo en el proceso senegalés los usuarios renunciaron sistemáticamente a sus identidades individuales para asumir una identidad colectiva, la de miembros de la comunidad de Sunu2012. Una identidad que hacía referencia al compromiso político, no un compromiso partidario, a la voluntad de participar en el proceso electoral, a la intención de trabajar para conseguir unas elecciones legítimas y transparentes y, en resumen, al objetivo de que los ciudadanos ganasen cuotas de protagonismo en ese proceso y en los procesos venideros.

Los episodios que llevan a hablar de esta renuncia a la identidad individual a favor de la colectiva son diversos. Nos fijaremos, sobre todo, en algunos usos relacionados con las imágenes de los avatares de Twitter que podrían resultar anecdóticos, pero que al repetirse dentro del colectivo se hacen un rasgo habitual. Quizá el comportamiento más común fuese la sustitución de la imagen del perfil en Twitter por alguna de las variantes gráficas compuesta por la bandera senegalesa y los logotipos de la iniciativa Sunu2012. En este sentido las variantes eran múltiples, desde las imágenes de la campaña que representaban una papeleta y una urna con la leyenda "votar o callarse" hasta las combinaciones de mapa de Senegal, colores de la bandera, leones y elementos relacionados con las elecciones, agotando todas las posibilidades de composición que se pueden imaginar.

Otra variante de esta renuncia a la identidad individual a través de la imagen resulta más curiosa porque es menos evidente que la de la combinación de los signos nacionales. También es cierto que este segundo ejemplo no se produjo de manera tan generalizada como el primero. Se trata de la colocación como imagen de perfil del dedo manchado por la tinta indeleble de la votación. Uno de los mecanismos de identificación utilizados en Senegal, como en otros países, durante el proceso de votación, consiste en teñir con tinta indeleble uno de los dedos del votante que ya ha depositado su papeleta para evitar que pueda intentar repetir la operación. Durante el proceso preelectoral uno de los mensajes más recurrentes lanzados a través de la iniciativa Sunu2012 era la necesidad de la participación en las votaciones. Por este motivo, durante las jornadas de voto, muchos de los usuarios que empleaban la etiqueta #sunu2012 compartieron desde primera hora las fotos de sus dedos teñidos que acreditaban que habían ejercido su derecho. Pretendían con ello, animar al resto a hacerlo también. Algunos de ellos fueron un paso más allá y colocaron esa foto como imagen de perfil. Con ello pretendían mostrar su compromiso indudable con el proceso electoral y al mismo tiempo provocar la movilización de sus seguidores.

#KEBETU, #SUNUTEAM O #TEAM221: LA IDENTIFICACIÓN CON EL COLECTIVO

Otras acciones muestran la importancia de la identidad con el grupo y el peso que tiene en la dimensión colectiva de la identidad la sensación de pertenencia a una comunidad. En este caso, se trata de acciones desarrolladas por los usuarios senegaleses que tienen una carga simbólica menor que el hecho de compartir la imagen del perfil pero que muestran una parte esencial de la dinámica de comunidad.

Demba Gueye fue uno de los impulsores de #kebetu, un hashtag que pretendía identificar a los usuarios senegaleses de Twitter. El propio Gueye explica que con esta etiqueta se pretendía visibilizar a la comunidad *tuitera* del país. "Kebetu" es una palabra wolof que hace referencia al sonido que hacen los pájaros, siguiendo la estela de la imagen y el espíritu de la red social de microblogging y de una acción similar en la *tuitosfera* francesa con el término "gasouiller". Muchos de los usuarios de la plataforma de los 140 caracteres radicados en Senegal o senegaleses en la diáspora han utilizado y utilizan esta etiqueta para hacerse oír entre sus compatriotas.

Algo parecido ocurre con la etiqueta #team221 que hace referencia al código telefónico senegalés y que es una estrategia habitual en muchos otros países. En este caso el #team221 es sustituido a menudo por el #sunuteam, sobre todo, a partir de la iniciativa de Sunu2012. Se supone que esta iniciativa pretende hacer más referencia al grupo de usuarios que se encuentra más en contacto, lo que consideraríamos el "núcleo duro" de este movimiento, sin embargo, no hay que olvidar que el uso de las etiquetas en Twitter es absolutamente libre, es decir, que cualquiera puede emplearlas.

En este sentido, el fenómeno de la identificación nacional de los mensajes está muy extendido por toda África. De manera que se ha establecido una especie de competición por hacerse ver y por establecer cuál de los países es más activo y tiene más visibilidad en la red social. De este modo, nos encontramos con etiquetas nacionales diversas, pero entre ellas, las senegalesas #kebetu y #team221 son algunas de las más habituales de los países africanos.

El propio Demba Gueye hace referencia a la pertenencia a una comunidad a través de estos gestos y señala que además de la sensación de pertenencia tiene un componente de autodefensa. Sobre todo, en los casos en los que la libertad de expresión está limitada por los gobiernos, Gueye explica que esa pertenencia a la comunidad da una cierta seguridad, la confianza de que el resto de los miembros se movilizarán en el caso que uno de ellos sea "atacado". Esta concepción de la comunidad da una idea del potencial y la capacidad de influencia que se atribuye al entorno digital.

IDENTIDADES QUE VAN Y VIENEN

Por último, resulta interesante mencionar cómo estas muestras de la identidad colectiva se adoptan y se abandonan, según las situaciones. Es decir, el gesto, sobre todo, de compartir una imagen de perfil no es un rasgo de la identidad indeleble. De hecho, éstos se producen fundamentalmente en situaciones de crisis o de necesidad. Por ejemplo, las banderas y las composiciones con los signos nacionales desaparecieron progresivamente cuando concluyó el proceso electoral en Senegal. El caso más evidente es el de las imágenes de dedos teñidos que se ha mencionado. Evidentemente, esta acción sólo tiene sentido en un contexto concreto y, en este caso, en un día concreto. Al día siguiente de las votaciones mantener como foto de perfil tu dedo manchado de tinta se considera un descuido.

Sin embargo, la implicación con la comunidad viene determinada del hecho de que la adopción de una imagen de ese tipo es individual y voluntaria. Pero también, de la evidencia de que de la misma manera que se abandona, se adopta de nuevo cuando la situación lo requiere. Así, los usuarios han vuelto a utilizar imágenes de perfil comunitarias con motivo de las diferentes campañas que se han desarrollado después, por ejemplo, de apoyo a otros ciberactivistas. Pero también ante acciones colectivas como pueden ser las iniciativas de solidaridad que en Senegal ha vehiculado la plataforma SunuCause, heredera de Sunu2012, sobre todo, después de las inundaciones ocurridas en Dakar en agosto de 2012.

Entre lo virtual y lo presencial

La fuerza de la comunidad de ciberactivistas senegaleses radica, en gran medida, en su dinámica que mezcla la relación habitual virtual con encuentros presenciales puntuales. Como se ha señalado al principio el vínculo inicial de esta comunidad tiene un componente de relación presencial a través del punto de encuentro en el que se había convertido Jokkolabs. Los impulsores de la iniciativa habían tenido también un contacto directo, en otros eventos, como el Barcamp de Gorée en el que se presentó el proyecto de Sunu2012.

A partir de ese momento inicial, las acciones en el seno de la comunidad, al menos entre sus miembros más implicados, se han mantenido con la combinación de esas dos dimensiones. La unión de los dos entornos se hace evidente, sobre todo, en los momentos de planificación de las acciones que se desarrollaron en un primer momento en casa de alguno de los miembros, debido a la precariedad de recursos, fundamentalmente, para organizar la estrategia ante las elecciones. Estas reuniones de planificación se combinaban con encuentros más numerosos en bares y cafeterías de la capital senegalesa. Sin ir más lejos, los miembros de la plataforma Sunu2012 hablaban de un local situado cerca de la Universidad Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD), como su cuartel general. El motivo de la elección de este local no era otro que el hecho de que ofrecía una red wifi abierta a disposición de sus clientes. Era allí donde se realizaban los encuentros.

TWEETUP PARA FORTALECER LA COMUNIDAD

La dinámica cambió a partir de la experiencia de las elecciones presidenciales, el éxito de participación en las redes sociales durante la campaña hizo que los impulsores de la iniciativa Sunu2012 convocasen un encuentro mucho más abierto que los que se habían celebrado hasta ese momento. Se convocó el primer "TweetUp". A través de las mismas redes sociales que se habían empleado durante el proceso electoral se animaba a todos los usuarios (evidentemente, sobre todo, a los que estaban en Dakar) a encontrarse en

uno de esos locales que el colectivo había frecuentado hasta ese momento. Se trataba de la cafetería Brioche Dorée del barrio de Mermoz.

La convocatoria aparecía como una ocasión para identidades virtuales que se habían ido sumando a la corriente se relacionasen en el entrono presencial, para, como se dice comúnmente, verse las caras. El resultado debía ser reforzar la cohesión de la comunidad, al menos, de la parte que se encontraba más próxima. En todo caso, la constancia de que la comunidad virtual tenía un reflejo presencial también tenía una influencia en aquellos que físicamente no podían estar en la Brioche Dorée y, de hecho, como ya había ocurrido en las elecciones y como no podía ser de otro modo, el encuentro también tuvo su reflejo en Twitter. Paradójicamente, dentro de la lógica presencial pero no de la virtual, los que no podían llegar hasta allí, también estuvieron, a través de la plataforma de microblogging.

Después de esa primera cita con sabor a celebración, se convocaron periódicamente otros encuentros, entre festivos, sociales y comprometidos. Y en esa dinámica es en la que se inscribió, por ejemplo, la presentación y el nacimiento de SunuCause, en el seno de una comunidad que ya había mostrado su disposición al compromiso y a la implicación.

LAS REUNIONES SE INSTITUCIONALIZAN Y AUMENTAN SU CONTENIDO

Con el paso del tiempo, el fortalecimiento de la comunidad y el aumento de los apoyos, los TweetUp fueron ganando entidad en todos los sentidos. Más allá del aspecto social y festivo, los impulsores de las iniciativas dieron un paso más para llenarlos de contenido y los convirtieron en encuentros de blogueros con un cierto carácter formativo. En las sucesivas reuniones, que abandonaron la informalidad de las cafeterías y de los domicilios particulares, se configuró un foro de debate e intercambio. Desde la creación de contenidos para la web, hasta la seguridad en el entorno digital, los blogueros se encontraban pero también iban reforzando la comunidad.

Seguramente, la segunda edición de estos encuentros más formales marcó la nueva tendencia definitivamente, el NdadjeTweetUp, también llamado TewTweet. Se celebró septiembre en la residencia del embajador de los Países Bajos en Dakar, lo que le daba, al mismo tiempo, un carácter más institucional, pero marcaba también una tónica que, por otro lado, llevaba tiempo fraguándose. Los ciberactivistas senegaleses contaban con el apoyo de las delegaciones diplomáticas internacionales. Definitivamente, se reconocía a la comunidad como un agente del cambio social y político del país y se reforzaban dimensiones como el empoderamiento de sus miembros y la legitimidad de sus actividades.

Esta dinámica se ha estabilizado con la tercera de estas convocatorias, el NdadjeTweetUp previsto para el 6 de diciembre de 2013 y que tendrá lugar en la residencia del embajador de Rumanía en Dakar. Al encuentro está previsto que asistan otros representantes diplomáticos e, incluso, ministros del actual gobierno de Macky Sall.

Rasgos de la identidad ciberactivista

Los miembros de la comunidad de blogueros y *tuiteros* senegaleses tienen perfiles diversos. En la medida que la comunidad aumente y pase el tiempo, es previsible que esta diversidad aumente, ya que uno de los elementos que condicionan la adhesión es el propio acceso a la tecnología. Este acceso pasa por la disponibilidad del equipamiento necesario, ya sea un ordenador o, cada vez más, una tablet o un teléfono móvil; fluido eléctrico; y conexión telefónica. En la actualidad, estos tres requisitos técnicos son limitados o inestables (en el caso de la corriente eléctrica), sin embargo, la tendencia es a que cada vez sea más accesible como marca la evolución de la penetración de internet en el país.

Sin embargo, el acceso a la tecnología no es sólo una cuestión material sino que viene determinado también por la familiaridad con las herramientas. Esta familiaridad es una cuestión básica generacional, relacionada con la alfabetización digital que también va en aumento a través de los programas de inserción de las TIC en el entorno educativo. Así, los propios miembros de la comunidad cuentan con que se vaya produciendo un ingreso generacional que no implique la exclusión de los actuales miembros.

En todo caso, los perfiles de los componentes más activos de la comunidad muestran algunos rasgos repetitivos. El prototipo de ciberactivista es un joven de alrededor de 30 años de entorno urbano y con estudios universitarios relacionados con la informática o la comunicación. Se percibe un dominio masculino, aunque hay también mujeres que ingresan en el grupo con un papel protagonista. De la misma manera, otras franjas de edad también tienen presencia, a través de representantes relacionados con profesiones liberales, habitualmente del ámbito académico o del marketing. Igualmente, nos encontramos con algunos autodidactas que se han hecho un hueco en este entorno emergente en un momento en el que los estudios universitarios todavía no estaban del todo adaptados a las realidades innovadoras. Y por último, el fenómeno está eminentemente radicado en Dakar, sin embargo, se desarrolla en otras ciudades del país y los propios blogueros han establecido vínculos en localidades como Thies o Kaolak.

RELACIONES CON LA CULTURA URBANA

La comunidad ciberactivista está en Senegal firmemente vinculada al entorno urbano, por un lado, porque se trata de un país fuertemente centralizado y es en Dakar donde se desarrollan los episodios más significativos de la vida política del país. Y, por otro lado, porque las condiciones tecnológicas en la capital son claramente mejores que en el resto del país. Del mismo modo, la mayor parte de los universitarios tienden a converger en Dakar y la ciudad reúne las condiciones para acumular una masa crítica comprometida y activa, incluido un contacto más directo estrecho con las influencias extranjeras, ya sea a través de las delegaciones diplomáticas, de las sedes centrales de las ONG internacionales o de las grandes corporaciones empresariales, incluidas las relacionadas con el mundo de la tecnología e internet.

No es de extrañar tampoco la proximidad de este fenómeno con el movimiento hip hop. En Senegal, esta cultura musical ha sido en los últimos años la vanguardia de la contestación y ha albergado los primeros actores políticos ajenos a la política de los partidos. Ya desde el año 2000, el hip hop jugó un importante papel en este ámbito y los cantantes de rap fueron convirtiéndose en representantes de los ciudadanos más allá de la política institucional. De esta manera, para muchos de los ciberactivistas la identificación con la cultura hip hop va más allá de la música. Muchos de ellos, pueden no ser amantes del estilo artístico, pero tienen a sus protagonistas como referentes de la movilización popular y de la construcción de un modelo de participación que no pasa por las organizaciones habituales (partidos, sindicatos o instituciones).

De alguna manera, la cultura hip hop reúne las condiciones de cultura urbana que resultan más atractivas a los jóvenes insertos en esa dinámica de búsqueda de un espacio político y social en el que ganar protagonismo. El hip hop es sofisticación y es modernidad, pero también es al mismo tiempo cosmopolitismo (por sus conexiones con el extranjero a través de los Estados Unidos y Francia, fundamentalmente) y afirmación de lo propio, no en vano la cultura hip hop en Senegal se desarrolla en gran medida en lengua wolof. Uno de los miembros del colectivo de blogueros senegaleses expresaba de una manera clara esta relación que se mueve entre la admiración, el respeto y el ejemplo, durante las elecciones de 2012. Papa Ousmane Ngom explicaba: "Los jóvenes nos hemos convertido en actores políticos usando las redes sociales. Primero fueron los raperos los que se convirtieron en nuevos actores políticos, pero ahora no son ya los raperos sino que es su público el que expresa su opinión".

ESPIRITU COMUNITARIO Y COLABORATIVO. EL CORAZÓN OPENSOURCE

Como se ha dicho previamente, la identificación con las herramientas es un rasgo característico de la identidad ciberactivista. Un ciberactivista no mantiene un blog, sino que se considera bloguero, o no usa Twitter, sino que se considera tuitero. Así, la propia dinámica de las herramientas determina también uno de los rasgos de esta identidad. Todos estos instrumentos (blogs, redes sociales,...) se consideran herramientas de la web 2.0. Algunas de las características fundamentales de la web 2.0 son la potenciación de la interacción y la ruptura del esquema emisor-receptor, todo el mundo se puede convertir en generador de contenidos y en emisor de esos contenidos (Nafría, 2007, 117-137).

De esta manera, la identidad ciberactivista es eminentemente activa y responde a una filosofía de vida que, curiosamente, Abdoulaye Niang atribuye también al movimiento hip hop, el *def nekk* (actuar para ser) o *def sooga nekk* (actuar antes de poder ser) (Niang, 2013, 569). Los ciberactivistas lo son, en realidad en la medida en la que interactúan y comparten los conocimientos y las informaciones a las que tienen acceso con el resto de miembros de la comunidad. Se ven impelidos a aportar algo para sentir que son.

Esta casi obligación de participación tiene que ver con la convicción de que la comunidad no es nada más que la construcción de sus miembros. De alguna manera, un sujeto pasivo puede estar plenamente implicado en las acciones, pero no pasa de ser un mero observador, no es realidad un miembro de la comunidad, porque no la está construyendo con sus aportaciones. Esta construcción es, de esta manera un trabajo colaborativo, la suma de las cosas que todos y cada uno de sus miembros está dispuesto a aportar.

Si el espíritu colaborativo y comunitario se proyecta hacia el grupo, tiene un reflejo también en la aportación que el grupo pretende realizar a la sociedad. Tiene sentido formar parte de la comunidad en la medida en la que ésta aporta algo a la sociedad y contribuye a la construcción de una realidad diferente. Los ciberactivistas senegaleses tenían la conciencia de que su dominio de las TIC es mayor que el del conjunto de la sociedad y consideraban que podían ser una herramienta útil, por ello su objetivo era poner estos instrumentos al servicio de la sociedad. Ellos creaban y mantenían las plataformas en las que podía expresarse y participar toda la sociedad. Así es como visualizaban su contribución para la consecución de una democracia más transparente, honesta y legítima, durante las elecciones, y para la configuración de una sociedad más participativa y en manos de los propios ciudadanos, en general.

Como se puede observar, esta concepción es la que da sentido a la interrelación de personas de diferentes ámbitos y con distintas habilidades. Personas del ámbito de la comunicación, desarrolladores web o expertos en diseño, son en realidad piezas del todo que es la comunidad, su punto de encuentro es la convicción de que la tecnología puede ponerse al servicio de la sociedad (desde sus visiones particulares) y el uso de estos medios de expresión.

Como se comprobará al pensar en esta explicación, la filosofía implícita en la identidad ciberactivista entronca absolutamente con el movimiento OpenSource (o de código abierto, en castellano). En este movimiento, relacionado con las TIC e Internet, las herramientas son absolutamente modificables y se basa en la voluntad de "dejar las tripas al aire" en cada una de las construcciones. No se trata de un afán exhibicionista, sino de la convicción de que la suma de las habilidades de cada miembro es lo que hace avanzar y evolucionar a la comunidad. Este es uno de los secretos del desarrollo de las herramientas digitales, la construcción de una especie de inteligencia colectiva (Nafría, 2007, 105–106), con un potencial constructivo mucho mayor el virtuosismo de uno de sus miembros.

La identidad ciberactivista en Senegal está absolutamente impregnada de esta filosofía por su identificación con las herramientas, evidentemente, pero también por las experiencias personales de la mayor parte de sus impulsores. Como se ha señalado, el punto de encuentro de muchos de estos ciberactivistas fue Jokkolabs. La filosofía OpenSource está en la base de la actividad de este *tech hub* por lo que marcó también las relaciones entre los miembros de la incipiente comunidad.

Rasgos de la comunidad

Si el OpenSource está en la base de la identidad ciberactivista, forma parte fundamental también de la dinámica comunitaria. Cada individuo es miembro de la comunidad en la medida de sus aportaciones (aunque sólo sea la réplica del resto de los miembros), pero al mismo tiempo la comunidad sólo tiene sentido en la suma de las aportaciones de sus miembros.

Lo cierto es que en un colectivo en el que el sentimiento comunitario es tan fuerte y determinante, en algunos casos, los rasgos de la identidad individual se confunden con los rasgos de la propia comunidad. En todo caso, vale la pena comentarlos, debido a que no es una dinámica necesaria en las comunidades en general y a que el resultado en un caso y otro tiene algunos matices.

Esta perspectiva supone un ejemplo ideal de la teoría de Manuel Castells según la cuál se establece una relación de intercambio entre los nuevos movimientos sociales e Internet. De esta manera, según el experto, los primeros adaptan las herramientas de la red a sus necesidades pero, al mismo tiempo, su organización y su forma de actuar está condicionada por su apuesta por el entorno virtual (Castells, 2001c, 160–165).

INTERCAMBIO Y COMPLEMENTARIEDAD

La base de la comunidad de ciberactivistas es, en gran medida, el intercambio y la complementariedad. Ya se ha mencionado la lógica de estas dinámicas en el caso de los individuos. En todo caso, no está de más incidir de nuevo en un caso concreto. La construcción de una plataforma participativa como Sunu2012 requería el concurso de personas especializadas en ámbitos distintos. Por ello, entre los impulsores y los miembros posteriores de esta iniciativa había expertos en la creación de contenidos para alimentar la plataforma. Incluso en esta dimensión se percibe la variedad, por ejemplo, entre aquellos habituados a la producción de textos y los que tenían experiencia en la creación de vídeos. Otra de las dimensiones, la construcción del soporte puramente técnico, del esqueleto del sitio de Internet, requería el concurso de desarrolladores web y de programadores. La campaña se apoyaba también en la imagen, por lo que se hacía necesaria la presencia de personas duchas en el ámbito del diseño. Y del mismo modo, era necesario que participasen en la iniciativa personas que pudiesen difundir los contenidos, animar la actividad en las redes sociales, dar salida a esos otros trabajos y colaborar en que la comunidad fuese creciendo.

Estos compartimentos de especialización, en todo caso, no son estancos, de manera que muchos de los miembros se mueven por varios de los ámbitos. Sin embargo, es la comunión de todos ellos (y de sus capacidades y habilidades) la que da el carácter comunitario y completo a la iniciativa.

Más allá de las aportaciones personales, el pilar de esta filosofía basada en compartir y complementar se hace patente con el desarrollo de las iniciativas y las relaciones que

establecieron entre sí. Como se ha comentado Sunu2012 y SamaBaat, igual que otros proyectos, nacieron en paralelo y de colectivos diferentes. Sin embargo, compartían dos elementos básicos, la dinámica colaborativa y el objetivo final de generar las condiciones para una mayor participación ciudadana. Estas convicciones fueron las que permitieron que varias de estas iniciativas, que podrían haberse entendido como competidoras y aspirantes a un mismo espacio, estableciesen de facto una relación de colaboración. Cada una de ellas tenía una orientación diferente, por lo que la relación de complementariedad lo que hacía era reforzarlas a todas y así fue como lo entendieron inmediatamente sus miembros. Los miembros de SamaBaat utilizaban el hashtag #sunu2012 para la difusión de informaciones sobre las elecciones, mientras que los ciberactivistas más vinculados a Sunu2012 explotaban el potencial de SamaBaat en lo que se refería a denuncia y a relaciones con organizaciones internacionales que les permitían una mayor visibilidad.

Otro ejemplo claro de esta dinámica de complementariedad es la colaboración que se estableció para la cobertura de la segunda vuelta de las elecciones. La Asociación de Profesionales de la Prensa En Línea de Senegal (APPEL), el Centro de Estudios de las Ciencias y las Técnicas de la Información (CESTI, por su nombre en francés) de la UCAD y la plataforma Sunu2012 diseñaron una estrategia común. En ella participaban los estudiantes del CESTI, los sitios y los contactos periodísticos de APPEL y la proyección y la experiencia en redes sociales de Sunu2012 para hacer una cobertura completa. Este proyecto se concretó, incluso, en una experiencia de liveblogging durante el día de votación de la segunda vuelta que se transmitía en diversos sitios web incluidos el del CESTI y el de Sunu2012.

SOLIDARIDAD Y FLEXIBILIDAD

El hecho de que la comunidad se configure como el conjunto de aportaciones de cada uno de sus miembros descansa en otros dos de sus rasgos fundamentales, la solidaridad y la flexibilidad. Como ocurría en el caso mencionado anteriormente estas características tienen un recorrido de ida y vuelta, es decir, de los miembros hacia la comunidad y de la comunidad hacia sus miembros.

El grupo es solidario en todos los sentidos, incluida la relación con sus miembros. Así, se trata de un espacio en el que los ciberactivistas ponen sobre la mesa (virtual) sus inquietudes y el colectivo en la medida de lo posible da respuesta de manera comunitaria a estos proyectos de iniciativa personal. Así, en los meses posteriores a las elecciones y siguiendo la concepción y la utilidad de la comunidad que comentaba Demba Gueye más arriba, el colectivo de ciberactivistas senegaleses se ha implicado en diversas campañas de apoyo a otros ciberactivistas africanos como es el caso del chadiano Makaila Nguebla y los marfileños Mohamed Diaby y Cyriac Gbogou.

En todos los casos, los afectados (más allá de la coincidencia en los métodos y las herramientas) tenían relación con alguno de los miembros de la comunidad. Nguebla estaba refugiado en Senegal y vivía en Dakar cuando fue expulsado sin previo aviso por el

gobierno senegalés a Guinea Conakry; Diaby y Gbogou tienen relaciones de colaboración e intercambio de experiencias con los *tuiteros* senegaleses. Pero la comunidad también se ha movilizado, por ejemplo, en campañas de defensa de la libertad de expresión en Gambia, el vecino más estrecho de Senegal.

Del mismo modo, la comunidad es tan flexible como el concepto de pertenencia. La posibilidad de aportar algo es cambiante en función de la campaña o del movimiento que se esté desarrollando. Por ello, la actividad es mayor o menor según estas necesidades y reproduciendo las dinámicas que se ponían de manifiesto en el apartado en el que se hablaba de las imágenes de los perfiles de Twitter, en algunos casos la comunidad da la sensación de desaparecer. Se mantiene en un estado latente de actividad mínima apoya en las relaciones interpersonales, pero resurge cuando se produce un episodio que requiere su intervención.

COMUNIDAD DE INTERESES, NO INTERESADA

La dinámica de funcionamiento de la comunidad de ciberactivistas responde a reglas diferentes a la de las asociaciones o las organizaciones habituales. No tiene una existencia tangible, por lo que podría decirse que se trata más bien de una comunidad de intereses. Se configura en base a la coincidencia de un interés concreto por parte de sus miembros, una plasticidad que se hace posible gracias a la inexistencia de ningún tipo de organización (Castells, 2001a, 430–439). No hay una asociación de ciberactivistas senegaleses con local social, cuota y carnet, sino un grupo de personas que comparten ciertos principios; que conviven en un entorno, en este caso la red; y que, a menudo, se encuentran con causas que les llaman a la movilización.

Podría considerarse que una comunidad con unos lazos tan flexibles es una comunidad débil. Sin embargo, se trata de un funcionamiento que recuerda a la función de hibernación de los ordenadores. En un momento dado, los lazos se enfrían, se mantienen latentes y dan la impresión de desaparecer. Pero cuando uno de los miembros reconocibles de la comunidad requiere su comparecencia vuelven a surgir a la superficie. No se construyen de nuevo, sino que se reactivan. Cuando uno pulsa el botón de encendido de un ordenador que se había mantenido en hibernación, comprueba que la actividad se pone en marcha, exactamente en el lugar en el que se había abandonado y que, en realidad, el ordenador nunca se había apagado a pesar de las apariencias.

Estas características son las que hacen que la etiqueta de “ciberactivista” no sea la pertenencia a una asociación o un grupo institucionalizado, sino que se trata de una identidad. La ausencia de obligaciones formales, refuerza la sensación de los miembros de que su adhesión es voluntaria y libre, por lo que, en determinadas condiciones, incrementa su compromiso y su implicación como forma de autoafirmación, lo que deriva en un refuerzo de la propia comunidad.

Las aportaciones de la nueva identidad

La identidad ciberactivista se desarrolla en un entorno diferente al que hasta ahora albergaba la vida social, el entorno virtual. De la misma manera, se rige por normas diferentes a las que marcaban hasta ahora el funcionamiento de las colectividades. Por estas razones, esta identidad (y la comunidad que configura) aporta fenómenos nuevos, sobre todo, en lo que se refiere al ámbito de la participación de los ciudadanos en la sociedad.

En relación con la experiencia de uso comprometido de las redes sociales durante las elecciones presidenciales, el experto en Internet senegalés Olivier Sagna comentaba que "habían ampliado el espacio público". Se refería así, al hecho de que la aportación no era tanto una realidad novedosa, en realidad, lo que hacían era acoger el debate público, político y ciudadano, sino los métodos empleados que venían a sumarse a los existentes y los colectivos de personas a los que implicaba el uso de estos nuevos métodos. Así, las novedades que aporta esta identidad son, en general, ampliaciones de realidades ya existentes y, quizá, nuevos enfoques.

PARTICIPACIÓN SOCIAL DE GRUPOS DESAFECTOS

Como se ha señalado el prototipo de ciberactivista senegalés es un joven urbano, un colectivo que hasta el momento parecía ajeno a la actividad política y que mantenía sus iniciativas de participación social en un entorno muy localizado. De esta manera, la identidad ciberactivista, a través de la experiencia de las elecciones presidenciales y de las iniciativas posteriores, ha demostrado que el colectivo juvenil no era necesariamente pasivo y apático ante las realidades sociales y políticas. En realidad, se pone de manifiesto que lo que estos colectivos necesitaban era un entorno adecuado, cuyo lenguaje dominasen y en el que se sintiesen cómodos.

El entorno digital ha aportado estas condiciones. A diferencia de otros ámbitos, en el entorno digital, los ciberactivistas se sienten poderosos porque se desenvuelven con naturalidad y dominan un lenguaje que no domina toda la población y que, sin embargo, tiene un considerable potencial futuro. Los ciberactivistas se han convertido, de la noche a la mañana, en expertos y protagonistas de un entorno en el que todas las esferas de poder aspiran a tener presencia de la manera más rápida posible.

Esta sensación de poder sirve para reforzar las convicciones de los miembros de la comunidad acerca del potencial de las TIC y también actúa como un elemento de atracción para nuevos miembros. Mandiaye Pety Badji comentaba durante el periodo electoral cómo los políticos a los que habían presentado el proyecto de Sunu2012 antes de las elecciones les habían menospreciado y cómo a medida que se acercaba la fecha de las elecciones, algunos habían intentado acercarse a ellos con una voluntad interesada. De hecho después de las elecciones, se produjo ese acercamiento y se puso más de manifiesto que nunca el interés que las iniciativas habían despertado, tanto en el país como en el exterior. Por

su parte, Olivier Sagna señalaba que muchos ven "el uso de las redes sociales como un juguete para los niños", pero advertía que los jóvenes son el colectivo mayoritario de la sociedad senegalesa.

Esta perspectiva de futuro y la esperanza de que la influencia del uso de las herramientas 2.0 pueda extenderse a sectores más amplios de la sociedad, se corresponde con teorías que consideran que estos instrumentos favorecen la participación política más allá de la extracción social de los usuarios. Los estudios que se han hecho en el mundo occidental intentando ver la diferencia entre personas con más o menos ingresos pueden corresponderse a escala internacional con las diferencias entre el Norte y el Sur. Estos estudios demuestran que la participación política no depende de la posición social sino de la disponibilidad de herramientas y, cuando los individuos de los extractos más bajos consiguen acceder a estos instrumentos los utilizan. En determinados entornos, la implantación de Internet, las redes sociales y las TIC, en general, "favorece la cohesión social, el debate y la participación" y, de la misma manera "asegurar la igualdad de acceso a los medios sociales, por encima de diferencias socioeconómicas, tiene el potencial de reducir las persistentes desigualdades en la participación democrática" (Gad, Ramakrishnam, Hampton y Kavanaugh, 2012).

EL COMIENZO DE UNA DINÁMICA DE CAMBIO

La identidad ciberactivista abre el camino a una tendencia al cambio, en la que se produce un cierto reequilibrio de la capacidad de acción y el poder. El ciberactivismo, por el dominio de las herramientas y del lenguaje del entorno digital, atesora unas cotas de poder que las clases dirigentes se habían negado a compartir hasta el momento.

Tiene, por ejemplo, una capacidad de difusión de su mensaje que, hasta el momento, era patrimonio exclusivo de los medios de comunicación convencionales, susceptibles de estar en manos de los partidos políticos o los intereses económicos. Cuenta, por otro lado, con una capacidad de movilización que hasta ahora sólo correspondía a las organizaciones institucionalizadas. Y dispone de una línea de comunicación con el extranjero, incluidos los centros de decisión internacionales, a los que la sociedad no tenía acceso hasta el momento.

Estas nuevas condiciones imponen la necesidad de un reequilibrio, de una recolocación de los actores sociales y políticos que supone la emergencia de unos nuevos y una cierta renuncia por parte de los existentes hasta el momento. Por ejemplo, el monopolio de la información ya no está en manos de los medios.

No tanto el dominio de la tecnología en sí mismo, pero sí la identidad ciberactivista, tiene una vocación de servicio a la sociedad, de participación en la construcción de realidades nuevas con un gran potencial de cambio. La identidad ciberactivista, por definición, no busca esas cotas de poder para un individuo concreto, sino para ponerla al servicio de la colectividad y no ya tanto, de la pequeña comunidad a la que pertenece, sino del

conjunto de la sociedad. El objetivo, como se ha señalado es vehicular esas herramientas de participación para ponerlas al servicio de todos. Aunque es indudable que el control de esos instrumentos le dota de un poder en sí mismo.

Sin embargo, la identidad ciberactivista confía en la capacidad de autoregulación. Considera que es un instrumento de la sociedad y asume que sólo tiene sentido (e incluso existencia) en la medida que responde a ese mandato. El ciberactivista está seguro de que en el momento en el que no sea un vehículo al servicio de la sociedad perderá su apoyo y por tanto su capacidad de acción.

NUEVAS PROPUESTAS Y NUEVAS FÓRMULAS

Las posibilidades que se abren con esta conquista de ciertas cotas de poder llevan a la posibilidad de hacer propuestas que puedan tener éxito. El ciberactivista se ha presentado y ha mostrado su potencial, pero además ha conseguido apoyos y legitimidad y ha asumido la responsabilidad.

Los ciberactivistas senegaleses han aprovechado esta nueva situación para reforzar la comunidad como se ha señalado, para dotarla de un mayor contenido y de una mayor preparación. Ha explotado, además el atractivo de un símbolo indudable de la modernidad, como es Internet, para difundir una filosofía muy particular, la del trabajo colaborativo, y para aumentar su masa crítica. Pero también para lanzar nuevas propuestas.

Es el caso, por ejemplo, de SunuCause, la plataforma de solidaridad ciudadana que recogió el testigo de Sunu2012. A través de las redes sociales y de las herramientas de la web 2.0, esta plataforma pretende dar salida a un sentimiento que se supone que está en la base de la sociedad y que comparte con los pilares de la comunidad, el apoyo mutuo.

La dinámica de la identidad ciberactivista puede reproducirse parcialmente y con las particularidades de cada sociedad, en otros países africanos. De hecho hay otras comunidades con elementos comunes en otros estados, aunque no se puede perder de vista que la evolución tal y como se ha dado en el caso senegalés era sólo posible con las condiciones concretas del país de las que ya se ha hablado. En todo caso, entre las nuevas dinámicas se encuentra el tejido de una red de ciberactivistas (cada uno con sus particularidades) que supera las fronteras políticas. Esta red busca la creación de una comunidad transnacional que hace especial hincapié en las dinámicas colaborativas y que trata de reforzar los puntos en común respetando las diferencias.

Referencias

BAJO ERRO, Carlos (2013): "Les soleils de la citoyenneté numérique. Participation sociale et politique pendant l'élection présidentielle de 2012" en DIOP, Momar-Coumba (Dir.), Le Sénégal

sous Abdoulaye Wade. *Le Sopi à l'épreuve du pouvoir*, Dakar y París: CRES-Karthala, p. 41–95.

BAJO ERRO, Carlos (2012): *El uso de las redes sociales virtuales en el contexto de las elecciones presidenciales 2012 de Senegal. Una vía para una nueva ciudadanía*, Barcelona.

Dirección: http://www.issuu.com/carlosbajoerro/docs/tfm_redes_sociales_en_senegal_a_-_carlos_bajo_erro (Última consulta: 20 de noviembre de 2013).

CALHOUN, Craig (ed.) (1994): *Social Theory and the Politics of Indentity*, Oxford, Blackwell.

CASTEL, Antoni y BAJO, Carlos (2013): *Redes sociales para el cambio en África*, Madrid: Los libros de la Catarata.

CASTELLS, Manuel (2001a): *La era de la información. Vol. 1: La sociedad red*, Madrid: Alianza Editorial.

CASTELLS, Manuel (2001b): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*, Madrid: Alianza Editorial.

CASTELLS, Manuel (2001C): *La galaxia Internet*, Barcelona: Plaza Et Janes—Areté.

DIOP, Momar-Coumba (2013): "État, pouvoirs et société. Essai sur les trajectoires du Sénégal contemporain" en DIOP, Momar-Coumba (Dir.), *Le Sénégal sous Abdoulaye Wade. Le Sopi à l'épreuve du pouvoir*, Dakar y París: CRES-Karthala, p. 41–95.

GAD, Samah, RAMAKRISHNAM, Naren, HAMPTON, Keith y KAVANAUGH, Andrea (2012): "Bridging the Divide in Democratic Engagement: Studying Conversation Patterns in Advantaged and Disadvantaged Communities". Washington D.C.: 2012 ASE/IEEE International Conference on Social Informatics.

GEORGES, Fanny (2008), "L'identité numérique dans le web 2.0", *Le mensuel de l'Université* n°27. Juin 2008. En línea. Dirección: http://fannygeorges.free.fr/doc/georgesf_mensueluniversite.pdf (Última consulta: 25 de noviembre de 2013).

INIESTA, Ferrán (2010): *El pensamiento tradicional africano. Regreso al planeta negro*, Madrid: Los libros de la Catarata.

NAFRÍA, Ismael (2007), *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*, Barcelona: Gestión 2000.

NIANG, Abdoulaye (2013): "Le mouvement hip hop au Sénégal. Des marges à une légitimité sociale montant" en DIOP, Momar-Coumba (Dir.), *Le Sénégal sous Abdoulaye Wade. Le Sopi à l'épreuve du pouvoir*, Dakar y París: CRES-Karthala, p. 569–589.

PISANI, Francis (2013): #Winch5. Libro publicado en línea a través del blog del autor en el espacio web de *Le Monde*. Dirección: <http://winch5.blog.lemonde.fr/> (Última consulta: 2 de noviembre de 2013).

SAGNA, Olivier (2013): "Les politiques publiques en matière de télécommunications et de TIC (2000–2012). Entre discours, réalisations et scandales" en DIOP, Momar-Coumba (Dir.), *Sénégal 2000–2012. Les institutions et politiques publiques à l'épreuve d'une gouvernance libérale*, Dakar y París: CRES-Karthala, p. 563–610.

TUBELLA, Imma (2004): "La construcció de la identitat a la societat xarxa. El cas de Catalunya", en *Coneixement i Societat*, 04, Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya, Barcelona. P. 44–63.