

Islam político 2.0

Tras las revoluciones, los partidos islamistas prestan cada vez más atención a la web 2.0. El riesgo es que decidan utilizarla más como medio de propaganda que de diálogo.

Enrico de Angelis

Tras el estallido de la llamada *Primavera Árabe*, la relación de los movimientos islamistas con la web 2.0 se ha visto, por así decirlo, ignorada. La cobertura mediática de las revueltas árabes, que hacía hincapié en el presunto poder liberador de los nuevos soportes, se ha centrado en los actores más “telegénicos”: los jóvenes activistas con *look* occidental que, queriéndolo o no, se han convertido en símbolos del despertar árabe.

Es verdad que después de la victoria de Ennahda en Túnez y de los Hermanos Musulmanes en Egipto, el foco ha vuelto a posarse en gran parte en los actores de la matriz islamista. No obstante, se habla poco de la relación de estos con las nuevas tecnologías, que suelen asociarse a protagonistas en apariencia muy alejados del islam político.

Una laguna aún más sorprendente si tenemos en cuenta que no solo engloba los movimientos islamistas más estructurados, como los Hermanos Musulmanes y Ennahda, sino también todas las jóvenes corrientes que se desenvuelven perfectamente con las nuevas tecnologías digitales y cultivan valores próximos al islam político, aunque sin militar en el seno de los movimientos tradicionales.

Y, sin embargo, los círculos políticos de corte islamista han sido de los primeros del mundo árabe en utilizar los nuevos soportes: desde mediados de los años noventa, han abierto foros y sitios web como IslamOnline, que brindaba a los usuarios un espacio de interacción y debate. El fenómeno de los blogueros también ha contagiado la escena islamista, en cuyo seno se ha desarrollado una de las comunidades más activas de Egipto, a partir de la creación, de la mano de Abdel Mo-neim Mahmud, del blog Ana Ikhwan (“Yo soy los Hermanos Musulmanes”) en 2006.

Además, los Hermanos Musulmanes ya habían recurrido a la web en las elecciones de 2005, para promocionar a sus propios candidatos “independientes”. Ese mismo año, la creación del sitio web anglófono Ikhwanweb ofrecía un enlace con la ya existente web arábfona Ikhwanonline.

Posteriormente, los Hermanos han desarrollado de forma creciente su presencia en la Red, creando sus propias versiones de varias plataformas de la web 2.0: Ikhwanbook, Ikhwanwiki, IkhwanTube y así sucesivamente. Fundado en 2010 con ocasión de las elecciones presidenciales, el sitio web de vigilancia Shahid 2010 invitaba a los internautas a denunciar los fraudes electorales.

Orientalismo estilo 2.0

A pesar de todo, como ya hemos dicho, se diría que las revueltas árabes han acabado borrando los recuerdos de esa relación entre islamistas y nuevos medios de comunicación. Al hablar de estos últimos, emergen otros protagonistas: en particular, los jóvenes procedentes de la clase media que disfrutaron de una buena educación, se encomiendan a valores liberales o de izquierdas y, sobre todo, pertenecen a un mundo secularizado. La mayoría domina el inglés o el francés, y a la hora de expresarse en las plataformas digitales se inclinan por estos idiomas.

No es casualidad que Ethan Zuckerman los llamara los “blogueros-puente”, subrayando su capacidad de hacer dialogar al mundo árabe y Occidente. Lo que explica por qué, desde que arrancó la *Primavera Árabe*, los periodistas occidentales han tendido naturalmente a interpretar los acontecimientos desde su prisma. Una tendencia que revela en parte la dificultad de hacerse cargo de lo complejo de los procesos actuales y, por ende, el recurso a ciertos estereotipos de tipo orientalista. Los pilares de la revolución serían, pues, esos jóvenes cuyos *looks*, ideas y consumo cultural son casi idénticos a los de sus álgos occidentales. Y eso es gracias a su uso de los nuevos soportes, esto es, una tecnología importada de Occidente. Como escribía hace poco Burris en un artículo publicado en *Jadaliyya*, es como si el imaginario occidental, y el árabe por contagio, hubieran creado una especie de “Lawrence de Arabia” que, en vez

de ir a lomos de camello y tocado con una kufiya, apareciera con una lista de “*Facebook friend requests*”.

Los islamistas también forman parte de la ‘política de las redes’

Ahora bien, al centrarnos solo en determinados actores en detrimento de otros, nos arriesgamos a pasar por alto facetas inagotables que caracterizan la utilización de la web y de las redes sociales en el mundo árabe; y eso puede plantear problemas a la hora de comprender ciertas dinámicas políticas, hoy en pleno desarrollo.

Desde luego, fijarse únicamente en el modo en que los Hermanos Musulmanes y Ennahda abordan la web 2.0 podría llevar a pensar que los islamistas acusan cierto retraso en el tema. Estas organizaciones tienden, efectivamente, a utilizar los nuevos medios igual que los tradicionales, es decir, como instrumentos propagandísticos que transmiten a la base (la ciudadanía) los mensajes de la cúpula (los líderes). Ahora bien, no es por la naturaleza “islamista” de esas estructuras: si no han desarrollado pericia en los nuevos soportes es, en primer lugar, porque en el seno de su sociedad cuentan con otros mecanismos de influencia y movilización muy eficaces.

Otro factor es la introducción mediante las redes sociales de nuevas dinámicas que favorecen ciertas formas de actuación política en detrimento de otras: relaciones horizontales en vez de verticales, participación activa ciudadana, implicación de círculos ampliados en el interior de los procesos de decisión. No es coincidencia que a organizaciones estructuradas y jerarquizadas, como los Hermanos Musulmanes y Ennahda, les cueste posicionarse con respecto a esas nuevas dinámicas o incluso las percibían como una amenaza. Prueba de esa incompatibilidad, como mínimo parcial, es que muchos blogueros surgidos en el seno de los Hermanos Musulmanes decidieron abandonar la formación, antes o después de la revolución de enero, y en algunos casos los expulsaron y punto.

Los islamistas no son los únicos en enfrentarse a estas dificultades; afectan a todas las organizaciones estructuradas y a los partidos en general, y no solo en el mundo árabe. Los nuevos medios han cambiado las reglas del juego, para todos. En particular, han favorecido la aparición de redes de contactos débiles basadas en una nueva sinergia entre la Red y la calle. Estas redes, que ya no se reconocen en los partidos políticos tradicionales, unen posturas políticas y religiosas distintas: movimientos de izquierdas, corrientes liberales, jóvenes surgidos de entornos islamistas, algunos antiguos militantes de la casta de los Hermanos Musulmanes. Es a ellos, y no a los Hermanos, a quienes hay que observar para identificar los usos más innovadores de la web 2.0. Los jóvenes de los que hablamos, a pesar de proce-

der de entornos islamistas, han logrado superar su desacuerdo con otras posturas ideológicas mediante una interacción política posideológica y una nueva visión de la acción política. Como me confiaba un activista miembro del grupo “Todos somos Khaled Said”, que participó en la campaña de Abu el Futuh, el propio concepto de islamista es tema de debate entre ellos, que no siempre se definen como tales.

Por supuesto, la corriente de los activistas electrónicos de inspiración islámica también cuenta con figuras más mediatizadas. Es el caso de Mustafá el Naggar, quien, tras abandonar los Hermanos Musulmanes en 2005, tres años después se unió a la Asociación Nacional por el Cambio de Mohamed el Baradei, para luego fundar un nuevo partido, Al Adl, y presentarse como candidato libre a los comicios de 2012. O el de Islam Lotfy, bloguero expulsado de los Hermanos en julio de 2011, que participó en la formación del partido Corriente Egipcia, de tendencia posislamista.

Más allá de los nombres más conocidos, esta red, particularmente extensa, se manifiesta por medio de acciones de naturaleza diversa. La campaña electoral de Abu el Futuh es uno de los ejemplos más interesantes: sus promotores no solo utilizaron ampliamente Facebook y Twitter para permitir el intercambio y la confrontación continua con posibles electores, sino que recurrieron a GoogleDocs para lanzar un “programa interactivo” abierto a sugerencias, añadidos y correcciones de todo el mundo. Un equipo se encargaba de recoger permanentemente las opiniones de los ciudadanos, conectados o no, sobre varios temas, e integrarlos gradualmente en el programa. Se trata de un modelo de participación activa que ningún otro candidato había probado aún en el mundo árabe.

Rassd News Network, a través de la cual los activistas islamistas tratan de montar una antena de “periodismo ciudadano”, con muchas ramificaciones en el territorio, puede considerarse otro ejemplo de experimentación interesante. A pesar de que hayan acusado a menudo a su página de Facebook de ser una especie de quinta columna de los Hermanos Musulmanes en el seno del activismo 2.0, su éxito, con cerca de dos millones de “me gusta”, está fuera de toda duda. Es verdad que algunos de sus fundadores, como Osama Tolba y Abdalá al Fajarani, forman parte de los miembros jóvenes de los Hermanos; sin embargo, niegan cualquier financiación directa por parte de la organización, y afirman que no le hacen ninguna propaganda. Por lo demás, el equipo de Rassd News Network no está solo constituido por islamistas, y el sitio está creando una de las redes de periodismo ciudadano más capilares del país.

Asimismo, son interesantes los grupos basados en el humor. La página de Facebook “Nosotros también bromeamos, Sawiris” se burla del propietario de la compañía Mobinil, que había publicado en su cuenta de Twitter una imagen de Mickey Mouse ridiculizado con

una barba de salafista y Minnie vestida con burka, acompañada del comentario “Después de la toma del poder por los islamistas”. El millonario quitó luego importancia a la cosa, asegurando que se trataba de una broma.

Aunque varíe, las modalidades de elaboración del contenido y de participación desde abajo de los grupos islamistas son idénticas a las que caracterizan al activismo 2.0 en general: humor, participación e interacción, relaciones horizontales y flexibles poco partidarias de toda forma de autoridad, sea cual sea.

Hasta los salafistas han empezado a utilizar las redes sociales de forma más eficaz después de la revolución; y en especial Facebook. En este caso, tampoco hay que fijarse en organizaciones estructuradas como el partido Al Nur, sino en las distintas redes. Los *hazimun*, los grupos que apoyaron la candidatura de Abu Ismail hasta que lo excluyeron de las elecciones, son un ejemplo digno de mención. La página oficial de Facebook del candidato logró 600.000 adhesiones en muy poco tiempo, haciendo emerger inesperadamente una especie de “mega-underground” de salafistas usuarios de Facebook. Como afirmó Alaa Abdel Fattah, las redes salafistas están aisladas de las redes de los otros grupos de Facebook; él mismo tuvo que reunirse físicamente con activistas salafistas en las manifestaciones antes de poder entrar en contacto con esta realidad. No obstante, también en este caso, es interesante destacar que son precisamente esos grupos los que han logrado periódicamente superar sus diferencias ideológicas para establecer sinergias con otros componentes revolucionarios ante determinadas acciones políticas. Es lo que ocurrió, por ejemplo, en la sentada ante el ministerio de Defensa en mayo de 2012.

Un último ejemplo, el grupo Salafyo Costa: está constituido por salafistas, pero también integra otros elementos, y aspira a favorecer el diálogo con otras posturas políticas, incluida la izquierda. El grupo utiliza Facebook para difundir sus iniciativas, y cuelga en YouTube vídeos que juegan con los prejuicios recíprocos.

Estos pocos casos permiten ilustrar el modo en que el islam político egipcio asegura su presencia en la web 2.0, de manera habitualmente independiente de las organizaciones tradicionales. La web 2.0 transforma las modalidades de acción política en general y, por tanto, modifica también las dinámicas de participación de los actores islamistas.

La situación de Túnez, en cambio, es bien distinta. Aquí es imposible constatar el desarrollo de una red independiente de blogueros o de activistas de la Red de tendencia islamista comparable a la egipcia. La blogosfera tunecina se muestra muy secularizada, con todos sus miembros más destacados, o sus comunidades –como Nawaat– situadas a la izquierda del espectro político.

De todos modos, también en Túnez, los numerosos activistas electrónicos próximos a Ennahda ponen en

duda la idea de que los protagonistas de la revolución 2.0 sean ajenos a la esfera islamista. Según ellos, la fama de los blogueros tunecinos pertenecientes al campo laico es sobre todo fruto de la decisión de Ben Ali de mandar detener a varios de ellos, como Slim Amamu y Hamadi Kalutcha en enero de 2011. Los medios de comunicación internacionales habrían hecho el resto. No obstante, según afirman los activistas de Ennahda, los islamistas ya utilizaban Facebook en esa época como mecanismo fundamental de movilización y difusión de imágenes y vídeos; sencillamente, ese papel nunca se les reconoció.

En Túnez, pues, la esfera de Internet se muestra mucho más polarizada que en Egipto, y el campo islamista parece estar, en todos los casos, mucho más dominado por Ennahda a diferencia de los Hermanos en Egipto.

Las organizaciones islamistas y la web 2.0 después de las revoluciones

Antes de la revolución, cuando un periodista preguntó a Gamal Mubarak lo que opinaba de la juventud de Facebook, este se echó a reír y pidió a otro periodista que respondiera por él.

En la actualidad, los levantamientos en Túnez y Egipto y el papel presuntamente desempeñado por las redes sociales conducen a todas las fuerzas políticas a prestar cada vez más atención al mundo de la web 2.0. Las organizaciones y partidos han empezado a comprender lo esencial de usar las redes sociales de modo más organizado.

Ennahda y los Hermanos Musulmanes han multiplicado los esfuerzos en ese sentido. Ikhwanweb ha abierto una cuenta en Twitter en inglés, gestionada por una joven estudiante y, por primera vez, parece seguir con cierta eficacia las reglas de las interacciones características de la web 2.0.

Por su parte, Ennahda se ha puesto en contacto con varios grupos de Facebook creados espontáneamente por jóvenes simpatizantes de todo el territorio, para asegurarse la difusión de sus valores entre ellos. En un país donde el liderazgo ha sido víctima durante años de la cárcel o el exilio, varios elementos del partido piensan utilizar Facebook en el marco de una estrategia más amplia para combatir las ideas salafistas que a menudo penetran sus bases.

El peligro es, naturalmente, que estas organizaciones decidan utilizar la web 2.0 más como instrumento de propaganda que de diálogo. Un gran número de activistas acusa a Ennahda y a los Hermanos de haber creado ejércitos digitales encargados de defender sus puntos de vista en la Red.

Ahora bien, ¿hasta qué punto esta estrategia, si es que existe, será eficaz? Eso está por ver. ■