
La redención de las masas: *flashmob* y multitud 2.0

Manuel Arias Maldonado

«Qué quietas se están las cosas y qué bien se está con ellas».

JUAN RAMÓN JIMÉNEZ

Nada agrada más al hombre que ser tocado por la multitud. NO al menos, eso parece deducirse de la facilidad con que últimamente tantos adultos se ponen de acuerdo con otros adultos para salir a la calle con un único propósito: convertirse en un cuerpo colectivo y hacer algo como tal. Naturalmente, lo importante no es aquí tanto lo que se hace, como hacerlo con los demás; pero, por otro lado, algo hay que hacer.

Pero, ¿qué exactamente? En abril de 2006, miles de jóvenes se congregaron en varias estaciones de metro londinenses y se pusieron a bailar simultáneamente al ritmo de sus equipos portátiles: solo en la estación Victoria, hasta cuatro mil personas ejecutaron esta danza silenciosa. Dos años más tarde, un número aún mayor de personas celebró, en veinticinco ciudades distintas, el Día Internacional de la Pelea de Almohadas: de Nueva York a Zúrich, pasando por Budapest y Melbourne, unos ciudadanos

golpearon con sus almohadas a otros ciudadanos y después se fueron a casa. También en 2008, setecientas personas entraron concertadamente en un McDonald's de la Odeonsplatz de Munich y adquirieron 4.385 hamburguesas; dos meses más tarde, en Berlín, la cifra ascendió a 10.355. En Estocolmo, en julio de 2009, trescientas personas desperdigadas por la ciudad bailaron al ritmo del *Beat it* de Michael Jackson; en Madrid, con motivo del Día del Orgullo Gay de 2010, cientos de personas escenificaron una coreografía para la cantante Kylie Minogue. Y en febrero de 2012, los empleados de Southwest Airlines celebraron el primer vuelo de la compañía ejecutando un baile colectivo en el aeropuerto de Atlanta.

De manera que no diga multitud, diga *flashmob*. Porque todos estos sucesos tienen en común pertenecer a la familia conceptual del mismo nombre, que podría traducirse como «multitud instantánea» y que designa precisamente eso: una concentración súbita de personas en un lugar público, con objeto de hacer algo inusual antes de dispersarse otra vez. En realidad, el concepto es una derivación de aquel otro que Howard Rheingold propusiera en su libro de 2002: la *smart mob* o multitud inteligente. Que es aquella que emplea las tecnologías digitales para coordinarse en red y operar con un sentido preciso, diferenciándose con ello de la muchedumbre clásica: la jauría humana transustanciada en red interconectada. Fiel a su costumbre, el periodismo ha terminado por emplear indistintamente ambos términos. Y a ellos habría aún que añadir otro fenómeno análogo, el *lip dub*, o vídeo musical donde un grupo de personas canta un éxito haciendo *playback*, al tiempo que baila o desarrolla alguna clase de escenografía. Estos vídeos se graban en una sola secuencia y se distribuyen a través de redes sociales o *YouTube*. Once millones de personas han visto ya el protagonizado por el personal médico del Providence St. Vincent Medical Center de Portland, cuyo personal baila al ritmo del *Down*

de Jay Sean; los estudiantes de la Universidad de Montreal también han compuesto alguno muy celebrado.

Espontánea, melodiosa, inteligente: así es la multitud 2.0. Sus integrantes y promotores esgrimen razones variadas para darle vida; razones, en fin, que oscilan entre el *art pour l'art*, la lucha contra el tedio y la crítica política. La portavoz de Madrid Mobs, organización semisecreta que se dedica a estos menesteres en nuestra capital, tiene dicho lo siguiente sobre las razones para tomar parte en un *flashmob*: «Genera espontaneidad y ves partes de ti mismo que no estás acostumbrado a ver. Por diversión y porque a la gente le gusta sentir que forma parte de algo. También puede ser una vía de escape de la rutina, del trabajo». Más abiertamente, Lorena Yera, miembro de Barnamob (una asociación que hace lo mismo, pero en Barcelona), ha defendido el uso de acciones más teatralizadas, o *happenings*, como denuncia del capitalismo. Entre estos dos polos –diversión y crítica– oscila asimismo la sabiduría convencional acerca del *flashmob*. En nuestro país, Vicente Verdú ha señalado que el auge de la multitud, visible también en fenómenos como las celebraciones futbolísticas, confirman el giro romántico de nuestra cultura y nos permiten constatar, sencillamente, que a la gente le gusta la gente. Por su parte, José Félix Tezanos ve en los *flashmobs* un fruto –¡otro más!– de la desafección social y política de la juventud. Nadie se ha atrevido todavía, en cambio, a afirmar que los indignados del 15M hayan culminado el *flashmob* definitivo.

Sin embargo, la benignidad de tales diagnósticos no deja de ser chocante. La multitud parecía haber perdido todo su prestigio intelectual en los años previos a la Segunda Guerra Mundial, cuando los movimientos de masas reventaron las costuras de las democracias liberales europeas. Tales son los sucesos históricos de donde toma su inspiración Elías Canetti, cuyo *Masa y poder* deja bien clara la radical peligrasidad de la multitud. Naturalmente,

no se trata de comparar una coreografía de Abba con la Marcha sobre Roma que lleva a Mussolini al Quirinal. Pero conviene preguntarse si tiene sentido otorgar prestigio intelectual a unos señores que se quitan la ropa en el metro para ver qué cara ponen los demás, quienes, a fin de cuentas, solo van tranquilamente en el metro. Dicho de otra manera, es dudoso que si Inmanuel Kant se diera un paseo por la *guerra del agua* de Vallecas –donde miles de vecinos se tiran cubos de agua unos a otros– reconociese en ese trance la sociedad de sujetos autónomos que defendió en sus escritos. Porque la Ilustración no era esto. ¿Y no es el auge del *flashmob* un síntoma –solo un síntoma, pero uno inmejorable– de todo aquello que ha salido mal?

Hay que empezar por indagar en los fundamentos culturales de esta nueva forma de multitud. Sin duda alguna, es en la tradición primero romántica, luego postmoderna y siempre contracultural donde hay que ir a buscar.

Para empezar, lo que hicieron las vanguardias que arremetieron contra el orden burgués –desde el surrealismo al dadaísmo– fue recoger con fuerza el malestar romántico y elevar una enmienda a la totalidad contra ese orden. Podría decirse, incluso, que su crítica se dirigía contra la realidad misma, contra el hecho de que los objetos sirvan para algo, contra la represión educativa de los instintos. Si la modernidad industrial, donde la había, sometía al individuo a la célebre jaula de hierro denunciada por Max Weber, la respuesta no podía ser otra que la abrupta emancipación de ese individuo: bien disparando al azar contra la multitud (como fantaseaba Breton), bien celebrando la llegada de la I Guerra Mundial (como hicieron casi todos los vanguardistas, aunque luego solo Apollinaire marchase al frente). Por otro lado, cuando esta rebelión contra la realidad se asocia con las ideologías que propugnan refundar el orden social desde su base, como sucede señaladamente con el comunismo soviético, la revuelta deja de ser un juego de salón de

la bohemia parisina que no tiene que trabajar al día siguiente, para convertirse en un experimento de ingeniería social a gran escala. Se empieza con un poema jugueteón y se termina acusado de formalismo ante un tribunal revolucionario.

Tras la guerra, este espíritu se mantiene vivo en los escritos de la Escuela de Frankfurt, que, pese a su indudable interés, desembocan a menudo en el delirio teórico y la incongruencia vital. Theodor Adorno se dedica a profetizar la decadencia de la sociedad occidental mientras se toma un daiquiri en la California que lo acoge. Y él mismo lleva la radicalidad de la crítica a su abismo final, cuando sostiene que el lenguaje y la razón son inherentemente totalitarios. ¡El último que salga, que apague la luz! Poco después, el hippismo y la contracultura que sacuden Estados Unidos y Europa renuevan la queja contra la rigidez de la sociedad opulenta de los años sesenta, cuando se iba a clase con chaqueta y corbata, mediante una confusa demanda de libertad que se resume en el odio a las convenciones.

Evidentemente, la paradoja estriba en que solo una sociedad liberal podía producir una protesta de este tipo. Y la contradicción fundamental, que de ahí se deriva, es que la protesta continúa incluso después de que la sociedad se haya transformado profundamente: en principio, hoy no padecemos ninguna falta de libertad, ni vivimos atezados por más convenciones que las necesarias para una convivencia razonable; la crisis económica es una cuestión distinta. De manera que desnudarse en el metro no escandaliza sino a cuatro abuelas y no tiene *ningún* significado discernible, más allá del que le asignan los propios protagonistas del *happening*. Pasa lo mismo con el *flashmob*: quien se «descubre a sí mismo» por participar en uno de ellos es que quizá no tiene mucho que descubrir: se parece más bien al niño sorprendido por reconocer su rostro en un vídeo casero. Todo esto nos sugiere avanzar en una dirección algo distinta, a saber, preguntarnos por los mecanismos culturales

y psicológicos que generan la necesidad de desafiar estéticamente el orden establecido.

Jeder Mensch ist ein Künstler: la célebre proclamación del vanguardista alemán Joseph Beuys, según la cual todos los hombres son artistas, nos sitúa en la pista correcta. Ya se ha dicho que, a despecho de cualquier necesidad de orden social, la comunidad artística occidental ha solido llamar a la rebelión estética o política contra la sociedad existente. En la última película de Leos Carax, *Holy Motors*, se realiza un ejercicio de confusa nostalgia por un mundo donde la belleza del acto artístico se pierde a causa de la indiferencia del prójimo. Frente a la uniformización que provoca el orden social, se trata de que todos nos sintamos artistas y desarrollemos una visión del mundo liberada de todo utilitarismo. Ser un hombre común es ser una pieza del famoso sistema; ser un artista es, en cambio, la manera elegante de salirse de él. Javier Gomá viene cuestionando con acierto la dudosa herencia romántica según la cual la subjetividad del artista es el modelo contemporáneo para toda subjetividad, reduciendo al ridículo la figura de quien se integra en la comunidad y contribuye a ella silenciosamente. Quien hace malabares sería así más auténtico que quien paga sus impuestos, aunque sean los impuestos de este último los que pagan la red social que permiten actuar al malabarista. Para Gomá, ese sujeto-artista vive en un gineceo permanente, se mantiene en un estadio estético de la existencia que, si llegara a generalizarse, no permitiría la construcción de ningún orden social viable.

Si hay un movimiento que trató de articular teóricamente este rechazo a los automatismos cotidianos y de desarrollar el condigno intento por estetizar la vida diaria, es el situacionismo. Nacido en julio de 1957 en Cosio d'Arroscia, Italia, de la extravagante fusión del Movimiento por una Bauhaus Imaginista, el Comité Psicogeográfico de Londres y la Internacional Letrista, el situacionismo es un movimiento de crítica social y agitación política que,

durante sus doce años de vida oficial (a través sobre todo de los doce números de su legendaria revista *Internationale Situationniste* y de la obra de su más célebre representante, Guy Débord) trata de desarrollar nuevos instrumentos teóricos y prácticos orientados a la revolución anticapitalista. Recordemos que, para el propio Débord, vivimos subyugados por un espejismo, por una sociedad del espectáculo que oculta sus verdaderas condiciones de posibilidad: si no vemos la explotación laboral, es porque estamos en el cine. Mario Perniola, protagonista e historiador del movimiento, señala que la tarea fundamental de la Internacional Situacionista es realizar la poesía, yendo un paso más allá de las vanguardias artísticas: se trata de dar la vuelta a la vida cotidiana y vivir de otra manera. Dice: «El primer paso hacia la emancipación consiste en dejar de identificarnos a nosotros mismos con el ambiente y con las conductas-modelo». Para ello, se trata de aplicar instrumentos de disrupción de esa vida diaria: psicogeografía, deriva urbana, juego, desvío, espontaneidad, escándalo. Y con esto volvemos al metro y a la ropa interior.

La influencia del situacionismo en el *flashmob* es evidente. También este trata de alterar el ritmo cotidiano y presentar a la realidad de una manera nueva ante protagonistas y observadores; es, si se quiere, una dramatización de esa propia realidad. Depurado ejemplo de este ideario en acción es el colectivo neoyorquino *Improv Everywhere*, cuya denominación es en sí misma un grito de guerra. Su eslogan es: «Provocamos escenas». Y su objetivo no es otro que hacer bromas en lugares públicos, para provocar con ello momentos de «caos y alegría». Sus vídeos han sido vistos 117 millones de veces en *YouTube*; una de sus autodenominadas «misiones» fue la súbita inmovilización —en la jerga especializada del *flashmob*, «congelación»— de 200 miembros de la organización en la Estación Central de Nueva York. Son los maduros frutos del situacionismo.

Ahora bien, como se ha anticipado ya antes, esta clase de juegos plantean un insuperable problema de contenido; es difícil tomárselos en serio. En una sociedad con amplias reservas de ocio y elevados índices de libertad, no se ve con claridad qué puede significar un *flashmob*, ni qué conciencias puede despertar, ni, llegado el caso, qué clase de despertar sería este. Por el contrario, la primera impresión que provoca es la de un marcado infantilismo, o como mucho, la de una obstinada permanencia en el estadio adolescente de la vida. Por ejemplo, desnudarse en público solo indica que uno puede desnudarse en público; quizá también nos recuerda que vamos vestidos; acaso evoque vagamente alguna reflexión tardofreudiana sobre la represión de los instintos, reflexión que no va a ninguna parte. ¡Bien mirado, la gente ya pasea sin camiseta en el verano de las ciudades españolas! Así que puede ser estimulante *teorizar* acerca de la ruptura de la vida cotidiana, pero la *puesta en práctica* de esa teoría –bailar en público, leer en la ducha, disfrazarse de cebolla gigante– suele desembocar en el ridículo o la banalidad; de donde se deduce que la teoría tampoco funciona.

De modo que el sentido del *flashmob* y sus análogos termina reducido a un único par de elementos: primero, el deseo genérico de rebelión estética contra el orden establecido; segundo, la búsqueda de diversión a partir de un estrecho entendimiento de lo que sea la diversión.

Por una parte, el deseo de contestación puede considerarse intrínseco a la juventud, que debe amoldar su existencia a unas normas que la preexisten y que, por carecer de experiencia, juzga enseguida inadecuadas. Dado que la tradición ya no cumple su función transmisora de valores, porque no creemos en ella, el desafío a las normas se ha convertido en una actitud estándar que atraviesa todo el campo social: todos rebeldes. No obstante, la identidad transgresora no deja de ser una identidad más de las muchas disponibles en el mercado del ser contemporáneo: hay quien

quiere ser padre de familia y quien prefiere tirar piedras a la policía. Y si este deseo es genérico, se debe a que sus consecuencias no pueden universalizarse: si no hubiera ninguna norma en vigor, no habría norma contra la que levantarse. Este es un problema característico de las conductas con vocación de excepcionalidad. Pensemos en una actriz de carácter que tiene por costumbre coger sus aviones en el último minuto, montando un espectáculo en el mostrador de embarque: si todos hiciéramos lo mismo, los aviones despegarían vacíos o no despegarían. Igualmente, el efecto que produce quien, preguntado por el juez si acepta como esposa a la que hasta ese momento era su novia, responde *sí, quieeerooooo* con voz afectada, depende de que todos los demás prometidos contesten seriamente a esa pregunta, ya que, de lo contrario, no habría *contraste* entre la mayoría obediente y la minoría iluminada por la conciencia crítica. Etcétera.

Por otra parte, ya sea junto a la crítica política o en ausencia de esta, los promotores de *flashmobs* aluden explícitamente a la diversión –la diversión contra la rutina– como motivación principalísima de sus acciones: mejor la fiesta en compañía que el languidecimiento privado. En principio, en el marco de nuestra sociedad libertaria, nada que objetar. Sin embargo, conviene anotar que protagonistas y observadores del *flashmob* reproducen, con ello, un curioso y muy contemporáneo entendimiento de la diversión. No se trata únicamente de que divertirse sea un imperativo, es que el sentido que se otorga a esa diversión no puede ser más limitado: no es divertido ver una película en casa, tampoco exactamente salir a dar una vuelta, sino, como mínimo, contorsionarse, gritar en la calle o saltar frente a una cámara para colgar después la foto en *Facebook*. Sucede lo mismo con las celebraciones futbolísticas y las aglomeraciones juveniles: que son «divertidas»; y que solo eso es divertido. La consecuencia es que el contenido de la diversión solo parece responder en nuestra so-

ciudad a dos modelos: la extravagancia o la bacanal. Y el *flashmob* se inclina por la extravagancia.

Dado que esta actitud carnavalesca no parece tener mucho sentido cuando cada fin de semana –en lugar de una vez al año– es carnaval, podemos concluir que esta idea de la diversión es la preferida expresamente por una gran parte de la ciudadanía occidental. Y que si tal es el uso más querido para el tiempo libre, hay que encontrar una explicación en el aburrimiento, en un tedio que solo la multitud puede disipar. Decía un personaje de Alberto Moravia que el tedio podía definirse como una insuficiencia de la realidad, un agotamiento de las posibilidades contenidas en la propia existencia. Es para vencer esa sensación por lo que el hombre busca la compañía de otros hombres; y es en la naturaleza de lo que esos hombres hacen cuando están juntos donde podemos constatar el fracaso de la Ilustración a la hora de emancipar a esos mismos hombres. Porque el tedio es una tragedia del carácter o un fracaso de la educación.

Decía, entrañablemente, John Stuart Mill que cuando el progreso económico crease las condiciones para una educación universal y procurase una elevación suficiente de los niveles de vida, la preferencia popular por lo que él llamaba *placeres inferiores* dejaría paulatinamente paso a la generalización de los *placeres superiores* de la vida espiritual. A su juicio, pues, era cuestión de tiempo que una sociedad analfabeta se convirtiese en una sociedad refinada. Es obvio que esto no ha sucedido y que posiblemente no vaya a suceder: más al contrario, la democratización ha erosionado a la vieja cultura culta e impuesto el dominio de la cultura popular. Para consolarnos, jugamos a pensar que los jóvenes padecen desafección y por eso se van de fiesta, o fantaseamos con la idea de que quien ahora hojea un periódico gratuito o lee a Dan Brown se suscribirá mañana a *El País* o terminará en Montaigne. No es cierto, claro. Desde que existe el libro de bolsillo, execrado por Adorno

en su momento. no hay excusas para el acceso al conocimiento. Y por eso mismo, es triste engañarse pensando que la multitud 2.0, que se entretiene con *flashmobs* y otras festividades, es distinta a la eterna multitud –el establo nietzscheano– que desactiva al individuo con el consentimiento de este. Más que el *sapere aude* kantiano, nuestra época se ha decidido por el rabelesiano *haz lo que quieras*: solo que casi nadie quiere nunca hacer otra cosa que no hacer prácticamente nada.

Cuestión distinta es que una parte de los glosadores de la nueva multitud, en su afán por hacer la crítica del individualismo posesivo, hayan malinterpretado el sentido en el que las nuevas tecnologías abren posibilidades inéditas para la cooperación colectiva. Basta pensar en la Wikipedia y otros usos de la herramienta *wiki*; en las redes sociales especializadas que sirven para fines que van desde la cooperación entre investigadores hasta la asignación de créditos; o en las plataformas de campaña política o de protesta social. En todos estos casos, una multitud, grande o pequeña, está en acción. Pero, en todos estos casos, la multitud es el resultado de la agregación de múltiples conductas individuales desarrolladas en distintos momentos y lugares. Estas conductas se orientan a la cooperación, pero no implican una acción colectiva *simultánea*, ni en el tiempo ni en el espacio. No hay aquí, en sentido estricto, multitud alguna. Cuando James Surowiecki habla de la *sabiduría de las multitudes*, se refiere a la capacidad de emplear eficazmente información dispersa en la sociedad, no a la capacidad cognitiva de las multitudes *qua* multitudes. La muchedumbre no es inteligente. En palabras de Elías Canetti: «A la masa desnuda todo le parece la Bastilla». A los componentes del *flashmob* –versión postmoderna y banal de la masa canettiana– todo les parece Nochevieja.

Así pues, podemos observar con curiosidad el fenómeno del *flashmob*, pero deberíamos pensárnoslo dos veces antes de otorgarle una coartada intelectual. En el mejor de los casos, resulta una

cosa pintoresca y simpática; en el peor, es la prueba de que los sueños ilustrados han embarrancado en la más absoluta banalidad. Es verdad que la multitud consuela, abriga, acompaña; pero haríamos mejor en subrayar la importancia de que los hombres conserven siempre una tensión individual, una disposición a no dejarse llevar por los valores del grupo del que forman parte. Nadie se descubre de manera délfica a sí mismo bailando a Kylie Minogue en plena calle. Hay que proteger al individuo, al *justo* borgiano que salva el mundo con su mismidad silenciosa, de sus distintas absorciones y subsunciones: la nación, la raza, la multitud. Podemos creer en la conversación, en la cooperación, en la comunicación; naturalmente: en eso consistimos. Y podemos, incluso, desnudarnos en el metro. Pero cuidémonos de la multitud.

M. A. M.