

“De las banderas al viento a las redes multiformes. Tecnologías de la información, movimientos sociales y cambio social”

Contextos, modelos organizativos y estrategias comunicativas.

VICTOR MANUEL MARI SAEZ

Asesor en Comunicación y Educación Audiovisual

VMMARI@hotmail.com

INTRODUCCIÓN.

Una de las tareas pendientes de la izquierda- en el umbral del siglo XXI- es, sin duda, la renovación discursiva, cultural y simbólica, que permita reformular los proyectos emancipatorios desde la realidad histórica y la sensibilidad de nuestros días. En este sentido, los movimientos sociales orientados al cambio social tienen que plantearse también la batalla cultural frente al capitalismo. Díaz-Salazar afirma que la hegemonía del capitalismo, en su fase de mundialización, ha sido posible gracias a la capacidad que ha tenido para convertirse, también a escala planetaria, en un modo de producción cultural generador de una antropología de masas y un sistema de valores afín a su modelo económico¹.

En esta tarea cultural, los medios de comunicación juegan en nuestros días un papel fundamental. Como apunta Marta Harnecker

“La militancia y los mensajes de la izquierda de hoy, la izquierda de la era de la televisión, no pueden ser los mismos que los de la década de los setenta. No son los de la época de Gutenberg...La gente de hoy lee muy poco o no lee. Para poder comunicarnos con el pueblo debemos dominar el lenguaje audiovisual. Y la izquierda tiene el gran desafío de buscar cómo hacerlo cuando los principales medios audiovisuales están absolutamente controlados por grandes empresas monopólicas nacionales y transnacionales” (HARNECKER, 1999:334).

Del mismo modo que, en sus orígenes, el movimiento obrero supo integrar en su estrategia comunicativa la prensa escrita, las organizaciones sociales orientadas al cambio social tienen hoy el reto de entrar en comunicación con la ciudadanía mundial utilizando las nuevas herramientas comunicativas y los nuevos lenguajes que van asociados a ellas.

Los incipientes modelos organizativos y comunicativos coexisten con las viejas prácticas de la era industrial. En esta época de transición es importante estar atentos a los signos que apuntan el nacimiento de nuevas redes de solidaridad y de comunicación. Manuel Castells utiliza una formulación muy sugerente para referirse a esta transición: habla del paso de *“las banderas al viento a las redes multiformes”*. La

¹ DIAZ-SALAZAR, Rafael: *Mundialización capitalista y ciudadanía*. El País, lunes 8 de noviembre de 1999, página 18.

potencial visual de esta expresión permite que dirijamos la mirada hacia el binomio *tecnologías de la información/movimientos sociales* a partir de lo metafórico:

Es este carácter descentralizado y sutil de las redes de cambio social el que hace tan difícil percibir e identificar los nuevos proyectos de identidad que están en camino. Como nuestra visión histórica está tan acostumbrada a los batallones ordenados, las banderas al viento y las proclamas de cambio social que siguen un guión, nos sentimos perdidos cuando nos enfrentamos a la sutil penetración de los cambios de símbolos procesados a través de redes multiformes, fuera de las sedes del poder. En estos callejones traseros de la sociedad, ya sea en redes electrónicas alternativas o en redes populares de resistencia comunal, es donde he percibido los embriones de una nueva sociedad, labrados en los campos de la historia por el poder de la identidad. (CASTELLS, 1998:402).

A partir de las experiencias que se han ido gestando en los “callejones traseros” de Chiapas (México, 1994) Seattle (EEUU, 1999), y Praga (2000), por destacar alguna de las más significativas, hemos visto como emergen nuevas formas de apropiación de las tecnologías de la información.

En este artículo voy a detenerme en la observación de algunas transformaciones que implican simultáneamente a las tecnologías de la información y a los movimientos sociales; por un lado, el lugar central que ocupan las TIC en la construcción de la nueva sociedad conocida como la sociedad informacional y global. En segundo lugar, profundizaré en uno de estos rasgos, los nuevos modelos organizativos que toman cuerpo en esta etapa del capitalismo. Finalmente, desarrollaré las relaciones que los movimientos sociales establecen con estas tecnologías y con los códigos culturales que desde ellas se transmiten a la población.

1.- Un nuevo contexto mundial. El nacimiento de la sociedad informacional y global.

Autores como Manuel Castells han apuntado que en el último tercio del siglo XX hemos asistido al nacimiento y desarrollo de esta nueva sociedad, que ha visto como se ha producido una transformación en tres grandes niveles: en las relaciones de producción (economía), en las relaciones de poder (política) y en las relaciones de experiencia (cultura). En todos ellos el eje común es el protagonismo de las tecnologías de la información.

En el terreno económico, el nuevo modo de orientar la producción busca, como actividad prioritaria, el acceso a la información y su posterior procesamiento, ya que ésta es la actividad que mayor nivel de beneficios económicos genera. Es una economía global porque funciona como una unidad en tiempo real a escala planetaria (CASTELLS, 1997: 120). En la nueva etapa del sistema capitalista, se puede comprar y vender en cualquier rincón del mundo; ya no existen límites ideológicos - después de la caída del muro de Berlín- ni límites legales significativamente importantes por parte de los estados-nación, siempre y cuando quien quiera vender sea una potencia del Norte. En este proceso las

tecnologías de la información son la infraestructura que permite los intercambios en tiempo real.

El sistema político, en este nuevo paradigma, introduce profundas transformaciones respecto a la anterior etapa. Las instituciones políticas representativas de la sociedad industrial no han salido bien paradas con el advenimiento de la globalización; los partidos políticos y el estado-nación entran en una crisis de la que todavía no sabemos cómo van a salir. Ambos quedan atrapados entre dos lógicas expansivas: la propia del neoliberalismo y la correspondiente al discurso mediático (que en realidad viene a ser una concreción de la primera). La lógica neoliberal tiende a reducir el espacio político a la más mínima expresión: al estado gestor y policial y al partido burocratizado y tecnificado. La segunda lógica, la mediática, obliga a los partidos políticos a adaptarse a las nuevas reglas del discurso: el *sound-byte* es el espacio argumental cotidiano del que disponen los representantes políticos para captar la atención y el voto de los ciudadanos-telespectadores.

Y, en tercer lugar, las transformaciones alcanzan al sistema cultural de la sociedad informacional y global. Las tecnologías de la información juegan un papel central en este nuevo contexto ideológico y cultural del pensamiento único: están presentes en la cotidianidad de nuestras vidas, llegan hasta los más escondidos rincones de la sociedad y de nuestras personas, con el fin de imponernos una visión del mundo dada, vencedora, demoledora: la realidad es así (como plantea el neoliberalismo) y no podemos hacer nada por cambiarla.

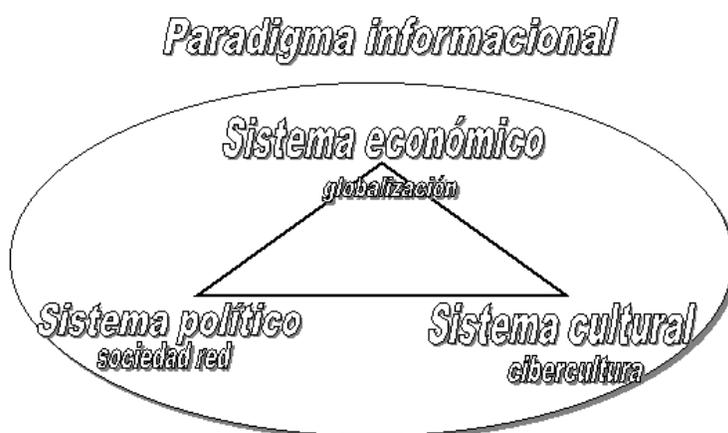
La cultura predominante sigue estando marcada por los rasgos de la postmodernidad, definida como el resultado de la crisis de valores que, proclamados en la Ilustración, constituyeron el horizonte de la Modernidad. Del “pienso luego existo” de Descartes, frase representativa del pensamiento moderno, se pasa al “consumo luego existo” de la propuesta postmoderna. Una vez abandonados el progreso y la razón, aparece como alternativa el disfrute del presente bajo la forma del consumo continuo y compulsivo; se genera, de esta manera, un ambiente cultural hegemónico que es altamente funcional al pensamiento neoliberal².

Los diferentes medios de comunicación vehiculan la cultura postmoderna. Pero hay uno que destaca por ser el que marca las pautas a los otros: se trata de la televisión. Aunque Internet empieza a expandir sus códigos a los otros medios, la televisión es el más consumido y el más importante a escala mundial. El discurso televisivo, según González Requena, aglutina de un modo paradigmático los principales rasgos del discurso postmoderno: exige a cada uno de sus segmentos una plena legibilidad y accesibilidad, y por ello se ve condenado a la obviedad, a la banalidad, y a la redundancia. Construye un universo vacío de contenido informativo, articulado sobre la repetición de fragmentos

² Es importante destacar que desde la postmodernidad no hay una única postura homogénea. Junto a la postmodernidad funcional al sistema, hay una postmodernidad crítica con los “excesos” de la modernidad entendida como imperialismo económico, cultural, político. Autores como Giroux han destacado como la modernidad funciona “como una narrativa maestra imperialista que conecta los modelos occidentales de progreso industrial con las formas hegemónicas de cultura, identidad y consumo. Dentro de este contexto, el proyecto de modernidad relega todas las culturas no occidentales a la periferia de la civilización” (en GIROUX, H. (1997). : *Cruzando límites. Trabajadores culturales y políticas educativas*. Barcelona. Paidós

equivalentes, informativamente obvios y escópicamente excitantes, que ofrecen a su destinatario un vínculo imaginario ininterrumpido (GONZALEZ REQUENA, 1988:147).

La nueva cultura, la cibercultura, nos sitúa ante un debate que va más allá de las herramientas tecnológicas que son las protagonistas en un determinado periodo de la historia. Implica, según Jesús Galindo, no sólo nuevos objetos simbólicos, también nuevos sujetos, una nueva forma de unir a sujetos y objetos en un espacio cognitivo sorprendente y deslumbrante (GALINDO,1997:336). Algunas de las transformaciones más significativas son estas tres: el cambio en las referencias espacio-temporales, un modelo de comunicación basado en la lógica de la red y unas pautas diferentes de relación con el nuevo texto, el hipertexto³.



2.1. Modelos de producción, de comunicación y educación.

Modelos de organización de la producción.

Analizar los modelos de organización de la producción en una sociedad capitalista como la nuestra implica estar atentos a las formas en las que éstos se hacen presentes en la esfera económica. Dicho de otra manera, las actividades que más y mejor interesa organizar en una sociedad capitalista son las actividades económicas. Pero no con el objetivo de satisfacer las necesidades básicas del conjunto de la población; en la lógica capitalista, las tecnologías organizativas⁴ deben servir para que los poseedores del capital obtengan el máximo beneficio posible.

³ Este apartado está desarrollado con más profundidad en MARI SAEZ, Víctor Manuel (1999): "Globalización, Nuevas Tecnologías y Comunicación". Madrid. Ediciones de la Torre.

⁴ Este concepto aparece desarrollado de un modo divulgativo en MENDEZ, R. Y ALVAREZ, A. (1999): "Educar en valores a través de ciencia, tecnología y sociedad". Bilbao Desclée de Brouwer.

Para ello van a poner todo el interés para que los modelos organizativos resulten lo más eficaces en función de los objetivos establecidos y de las condiciones que ofrece un periodo histórico determinado.

Mirando la historia del capitalismo en el siglo XX encontramos dos grandes modelos de organización de la producción: el fordismo y el toyotismo. No es este el lugar para extenderse en el análisis de cada uno de ellos, pero sí es importante caer en la cuenta de la influencia que pueden tener estas tecnologías organizativas en el conjunto de las actividades de una sociedad; no se quedan exclusivamente en la esfera económica, sino que la trascienden y alcanzan al sistema de enseñanza, a los movimientos sociales, a la organización familiar, etc. Veamos, muy brevemente, cuáles son los rasgos más importantes de cada uno de los modelos.

El fordismo toma su nombre de Henry Ford, que introdujo en sus factorías de EEUU este modelo de dirección empresarial en la década de los 20. Ford vislumbra el nacimiento de la sociedad del bienestar y de consumo de masas. Con este fin necesita cambiar las bases de la relación entre capital y trabajo. Para él los trabajadores, más que opositores, son considerados parte de las negociaciones. “*Los trabajadores han de poder comprar los coches que fabrican*”, decía Henry Ford. El capitalismo necesita del trabajador en la cadena de producción, pero también en el supermercado, para que consuma los productos fabricados. La producción de masas y el consumo de masas caminan de la mano.

Si tuviéramos que destacar un rasgo distintivo del fordismo, este es su estructura jerarquizada. En este modelo, gran parte de los organigramas de las empresas tienen forma de pirámide. Los trabajadores manuales, que son mayoría, se sitúan en la parte inferior de la pirámide; los equipos de profesionales de alto nivel se sitúan en una posición intermedia. Y el director ejecutivo, en el vértice superior. A medida que se asciende en esta escala, aumenta el poder de decisión y disminuye el trabajo manual que se realiza. De esta manera, los trabajadores de la cadena de montaje representan la mínima capacidad de decisión en cuanto a la producción, y el director ejecutivo es quien menos “se mancha las manos”.

El segundo modelo organizativo de la producción al que hemos hecho referencia es el toyotismo. Originariamente toma cuerpo en los conglomerados de la industria automovilística japonesa en la década de los ochenta.

Las nuevas fórmulas japonesas de organizar la producción desechan los antiguos métodos jerárquicos, sustituyéndolos por equipos multidisciplinares que trabajan conjuntamente en los centros de producción.

Si intentamos visualizar la forma de la nueva empresa toyotista, es probable que se asemeje a una red, en distintos sentidos:

- En cuanto al proceso de producción. La empresa sitúa en diferentes puntos del planeta las distintas fases de la producción, en función de las mejores condiciones relativas. Allí donde la mano de obra es más barata se realiza la

producción y el ensamblaje, pero puede ser que en el extremo opuesto del globo esté ubicado el departamento de investigación y desarrollo.

- En lo referente a las relaciones laborales, podemos pensar también en una red de redes de subcontratación. En este nuevo marco la situación del trabajador se deteriora sustancialmente respecto de las formas de vinculación laboral de la era fordista : estables, directas con la empresa, amparadas por un convenio colectivo que se hacía respetar, etc.
- En lo que concierne a las fusiones entre conglomerados empresariales. Las empresas buscan la concentración con el fin de acumular poder y de situarse estratégicamente en el mercado.

La fase del capitalismo industrial está asociada al modelo de producción fordista. De un modo análogo, en el capitalismo informacional es el modelo toyotista el que triunfa. En la sociedad informacional y global las actividades más importantes tienden a organizarse a partir de estos cuatro atributos principales: **p**ermanente, **p**lanetario, **i**nmediato e **i**nmaterial – PPII- (RAMONET, 1997:89). Todo lo que quiera tener éxito en la sociedad informacional tiene que organizarse según la lógica de los sistemas PPII. Hasta la fecha, estas propiedades habían pertenecido a los dioses. Hoy son los ídolos del sistema capitalista neoliberal quienes adoptan estas cualidades: el capitalismo financiero y los grandes grupos multimedia de comunicación.

Modelos de comunicación y de educación en los movimientos sociales.

En el seno de los movimientos sociales también hay ejemplos de estos nuevos modelos de organización. En los “callejones traseros” de Chiapas, Seattle y Praga los hemos visto ponerse en marcha.

Los dos modelos, fordista y toyotista , aplicados a la producción y al mundo de los movimientos sociales, se solapan con otras posibles clasificaciones que nos ayudan a pensar sobre la comunicación en el seno de los movimientos sociales.

Creo que merece la pena detenerse, aunque sólo sea brevemente, en el análisis de la comunicación desde la perspectiva de los modelos comunicativos y educativos que se ponen en práctica.

Siguiendo la clasificación propuesta por Mario Kaplún (KAPLUN, 1998: 21-57) existen tres grandes modelos de educación que se corresponden con otros tantos modelos de comunicación:

1.- El modelo educativo que pone el énfasis en los contenidos (bancario) se corresponde con un modelo comunicativo de corte autoritario.

En este esquema, la comunicación es unidireccional y está fuertemente jerarquizada: hay una frontera muy clara entre el que habla y el que escucha, entre el que está arriba y el que está abajo, entre el que manda y el que obedece.

La función política que persigue una organización que adopta este modelo comunicativo es la sumisión y el acatamiento de los miembros que la forman a las decisiones que vienen de arriba.

Podemos ver una clara correspondencia entre la organización fordista y el modelo comunicativo autoritario. Veamos un ejemplo. Si nos detenemos a analizar las relaciones entre los miembros de una organización social de corte “fordista”, podemos ver como están fuertemente condicionadas por el cargo que se ocupa. Las diversas funciones (presidente, secretario, vocal, etc) pueden marcar decisivamente lo que se dice, lo que se hace, lo que se aparenta. El funcionamiento interno, desde este modelo, está fuertemente jerarquizado y compartimentado. Hay una equivalencia entre la organización interna de la empresa y la organización interna de la asociación. De arriba abajo, el presidente tiene la mayor capacidad de decisión, y así se lo hace saber a los vocales o coordinadores de área. Abajo del todo de la organización se encuentran aquellos militantes, socios, voluntarios, que ejecutan obedientemente las decisiones de “los de arriba”. De este modo, las actividades son diseñadas por los “expertos”, que no consideran relevantes las opiniones de quienes están “al pie del cañón”.

2.- El modelo educativo que pone el énfasis en los efectos (conductista) se corresponde con un modelo propagandístico, falsamente democrático o manipulador. El objetivo del emisor es persuadir al receptor sobre lo necesario de su mensaje para él. Se ponen en marcha unas estrategias de seducción que hacen que, bajo la apariencia superficial de la participación, lo que de verdad se produce es una pseudoparticipación del receptor fuertemente condicionada por los intereses del emisor. En este modelo se habla de feed-back, algo muy diferente de la participación plena del receptor en el proceso de comunicación. El feed-back sería la recogida de datos por parte del emisor con el fin de introducir variaciones en su propuesta comunicativa de cara a una respuesta satisfactoria del receptor. Pero lo que nunca se da, desde este modelo, es un intercambio verdadero de papeles entre el emisor y el receptor. Es el primero, el emisor, quien sigue teniendo “la sartén de la comunicación por el mango”: el diseño de las estrategias, la toma final de las decisiones, los flujos de la comunicación... Eso sí, bajo la apariencia de una participación plena.

La función política que se busca a partir del modelo falsamente democrático es la adaptación de los receptores. Para ello se recurre a una serie de estrategias dirigidas a obtener una conducta adecuada por parte del receptor, si es que éste quiere obtener una recompensa.

A partir de algún ejemplo concreto podemos visualizar mejor los rasgos de una comunicación que se rija por este modelo. Desde un organismo de la Unión Europea que financia programas de Cooperación al Desarrollo, se dotan con una importante cantidad de dinero los proyectos de colaboración con China. Una pequeña ONG, llamada

“X”, no tiene ninguna relación con este país, pero el acceso a esta subvención es la única manera de sacar un dinero que le permita mantener otros proyectos de mayor interés para ellos, en otros lugares no financiados por la Unión Europea. En la oficina de programas de Cooperación al Desarrollo reciben una cantidad importante de proyectos por parte de las ONGs, dato que interpretan como una muestra del interés de la sociedad civil por la colaboración con China, y así se lo hacen saber a la ONG “X” a través de una carta. Desde el punto de vista de la comunicación, la relación de la entidad europea de Cooperación al Desarrollo con las ONGs es falsamente democrática y manipuladora porque no plantea una participación conjunta, real y al mismo nivel entre los actores implicados. Por otra parte, interpreta la respuesta de las ONGs erróneamente, por lo menos en el caso de la ONG “X”, ya que no establece los cauces oportunos para conocer los verdaderos motivos por los que se accede a la subvención.

3.- El modelo educativo que pone el énfasis en el proceso se corresponde con un modelo de comunicación de corte liberador. A partir de este esquema, ya no hay emisores ni receptores, sino que hay EMIRECs, personas que son emisores y receptores a la vez: miembros de una asociación que escuchan y hablan, que participan, que intercambian roles. El objetivo político de este modelo es educar en la participación activa y crítica, generar procesos de participación y de transformación social.

Mario Kaplún resume en una frase su concepción de comunicación dialógica que, más que una definición, es una apuesta vital que ha dejado huella en las prácticas comunicativas que ha generado a lo largo de su trayectoria como comunicador: *“comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad”*⁵. Desde este enfoque, hay tres palabras que están estrechamente relacionadas: comunicación/organización /transformación. Se establecen entre ellas una serie de sinergias que nos llevan a pensar en tres modos de acceder a una misma realidad más que en tres realidades distintas. Por poner un ejemplo de “entrada a esta triada”, un proceso de transformación social que sea verdadero lleva, necesariamente, a una organización social que cree redes y que se fundamente en una comunicación dialógica.

Podemos observar una correspondencia entre el modelo toyotista de organización de la producción y el modelo de comunicación dialógica. Frente a la jerarquización del fordismo, el toyotismo apuesta más por la horizontalidad entre los miembros y las relaciones igualitarias más allá del cargo que se ocupe. De este modo, el espacio asociativo ya es alternativo no sólo por los fines que se plantea ni por las actividades que realiza, sino por el tipo de relaciones que propone. El encuentro entre personas es germen de ciudadanía activa y supera la propuesta de relación centrada en el consumo y la dependencia que impregnan otros espacios sociales. La importancia de cada persona, el que la opinión sea tenida en cuenta, es algo que se visualiza ya en el día a día de la vida de la organización.

⁵ “Mario Kaplún, el compromiso inquebrantable de educar para la comunicación”, en CHAPARRO ESCUDERO, Manuel (ed.) (1999): *La democratización de los medios*. Segundo congreso de radio y televisiones locales, públicas y alternativas. Diputación de Sevilla.

El diseño de los proyectos y de las actividades cuenta con la participación activa de todos los miembros. La organización es consciente de la fuente de experiencia de aquellos que están “al pie del cañón”, y por ello valora sus aportaciones tanto como las del presidente. Esto también lo hace la empresa toyotista, aunque con fines distintos. Mientras que la empresa descubre en este modo de operar un medio de aumentar la productividad sin cuestionar las relaciones de explotación laboral del trabajador, en la asociación esta aportación generalizada revierte en el provecho colectivo.

Finalmente, en este modelo se valora positivamente la capacidad de crear redes con otros. No importa que estén en el mismo entorno local o que se sitúen en el otro extremo del planeta. Pueden trabajar en el mismo campo temático que nosotros o en otro. No hace falta un alto grado de homogeneidad para unirse, ni hacer de la alianza un matrimonio de por vida. La relación puede ser puntual porque hay un mismo tema que denunciar o que proponer.

Tanto la propuesta de identificación positiva de Chiapas “todos somos Marcos” como el grito de denuncia común de Seattle “no somos mercancías” son lemas en torno a las cuales se pueden articular acciones comunes entre colectivos y organizaciones muy heterogéneos, pero unidos por un tiempo determinado por cuestiones centrales para todos.

En síntesis, es en este tercer modelo de comunicación en el que los movimientos sociales pueden encontrar un marco apropiado para hacer realidad el objetivo de la transformación social.

La pregunta a formularse sería: ¿cómo podemos trabajar la comunicación para que genere mayor organización social de cara a la transformación del desorden neoliberal?.

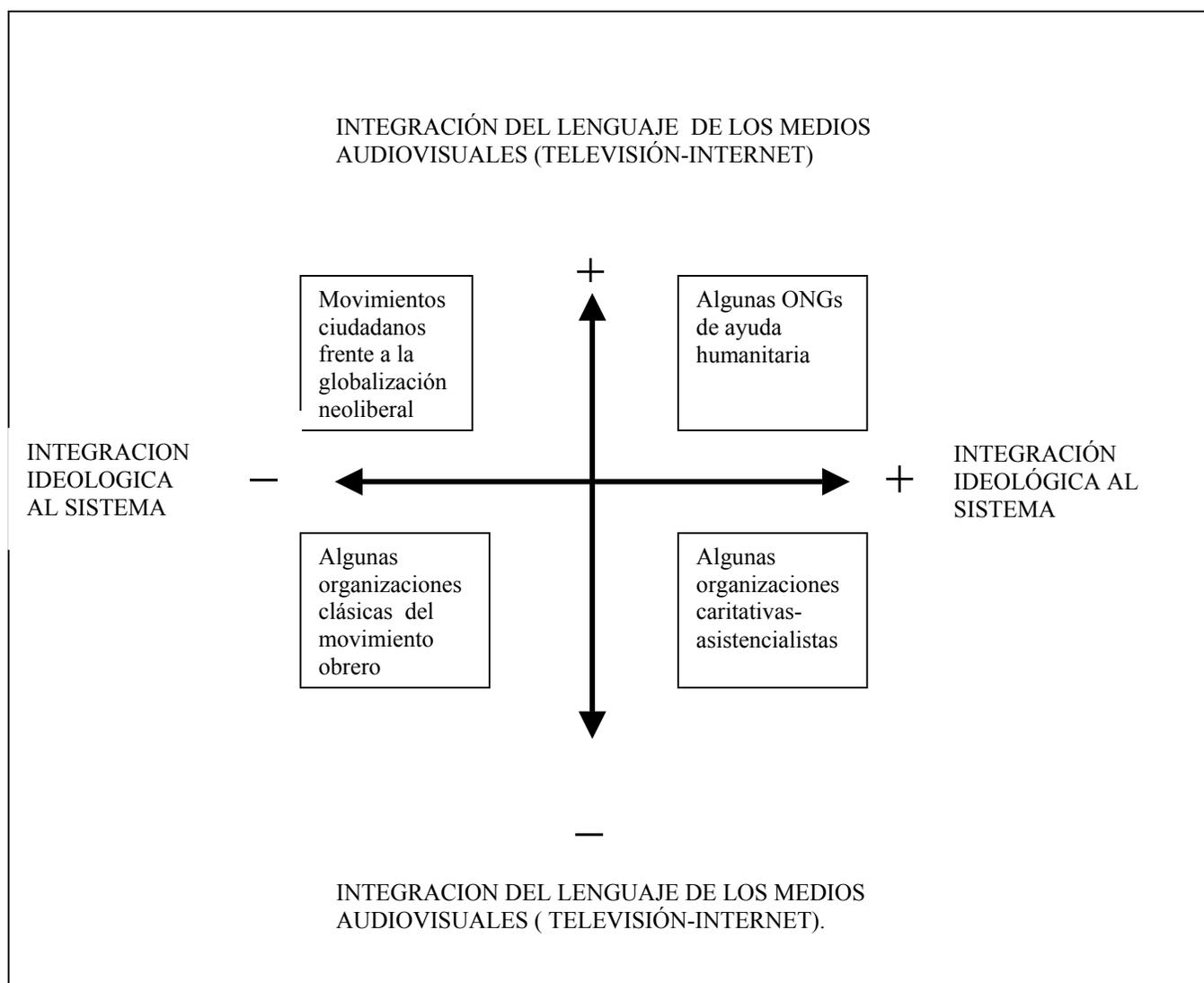
A lo largo de este artículo he ido planteando algunas cuestiones que nos ponen en camino de responder a este interrogante. En primer lugar, un esbozo del contexto en el que nos movemos, la sociedad informacional y global. En segundo lugar he realizado una aproximación a los modos de organización de la producción y de las organizaciones sociales. Nos quedaría, finalmente, ver cuáles son los modos en los que los movimientos sociales se pueden apropiar de las tecnologías de la información y de los lenguajes y universos simbólicos que van asociados a ellas.

3. Tecnologías de la información, estrategias de comunicación y movimientos sociales.

Los movimientos sociales son en sí mismos procesos de comunicación. Las actividades que se llevan a cabo, las personas que los constituyen, pueden ser vistos como comunicación. Además, evidentemente, de los productos comunicativos que construye una organización social: tarjeta de presentación, página web, vídeo, cartel, programa de radio, etc.

Con el objetivo de limitar de algún modo la reflexión, me voy a detener a continuación en el modo en el que se pueden relacionar los movimientos sociales con las dos tecnologías de la información que más están influyendo socialmente: mirando al presente, esta tecnología es la televisión. Como fenómeno emergente tenemos Internet, que está en un período de gestación de un nuevo lenguaje y de nuevas posibilidades comunicativas.

Con una intención más “orientadora” que “diseccionadora”, podemos analizar la relación de los movimientos sociales con las tecnologías de la información mencionadas (televisión/Internet) ateniéndonos a dos variables: el grado de integración del lenguaje audiovisual y el grado de adaptación ideológica y práctica a la propuesta del sistema capitalista neoliberal:



A partir de este esquema se pueden detectar cuatro tipos principales de relaciones o de posicionamientos:

- En primer lugar, aquellos movimientos sociales que asimilan las nuevas reglas del discurso mediático y se incorporan plenamente a la lógica de espectacularización del medio, pero que no son “cuestionadores” sino “parcheadores” del sistema. Aunque es cierto que el acceso a los medios implica, de alguna manera, someterse a sus códigos y reglas, existen grados en dicho proceso. Un ejemplo de un alto nivel de integración acrítica es el de las ONGs de ayuda humanitaria de emergencia y sus estrategias de comunicación centradas en los telemaratones⁶. Estas relaciones son un ejemplo claro de la mutación que ha sufrido el compromiso “militante” en un período en el que el espectáculo audiovisual y la “ética indolora” llevados a la máxima expresión conmueven a las audiencias planetarias, pero no cuestionan ni inciden en los pilares del sistema generadores de desigualdad.

Como bien ha indicado G.Lipovetsky, *“la emoción hiperrealista del público catódico ha sucedido al idealismo de la obligación categórica”* (LIPOVETSKY, 1994:137). Con esta frase tan cargada de significado se pone de relieve la transición de un modo de compromiso por cambiar la realidad que funcionaba desde el “deber ser”, desde la obligación, a un modelo de voluntariado que resalta la capacidad de emocionarse a partir de las imágenes electrónicas de miseria y de comprometerse ante aquellas realidades que le conmueven, pero que es incapaz de poner en marcha estrategias de análisis y acciones que vayan a la raíz de los problemas. Este tipo de voluntariado maneja correctamente las reglas de acceso al medio televisivo (espectacularización de la realidad, movilización afectiva de las audiencias, sentido de eficacia, etc.) pero no transforma la realidad, la deja como está.

- En segundo lugar estarían aquellas organizaciones sociales que recurren a modelos organizativos, a discursos y a usos de las tecnologías de la información propios y válidos para la era industrial pero que se muestran inadecuados para el nuevo contexto de la sociedad informacional y para las nuevas claves de comunicación y de acción de la ciudadanía. En este grupo estarían incluidas, por ejemplo, algunas de las organizaciones sindicales europeas. Volviendo a la cita de Manuel Castells del inicio, se trata de propuestas de movilización que siguen remitiendo a los batallones ordenados, a las banderas al viento y a las proclamas de cambio social que siguen un guión; es decir, por parte de estas organizaciones se ponen en marcha modelos organizativos y comunicativos pensados para grandes masas homogéneas en cuanto a la composición de clase, al lenguaje y a las estrategias de acción, homogeneidad que ha estallado en la nueva fase del capitalismo y en el nuevo contexto cultural de la postmodernidad. En este período, una serie de transformaciones sociales han dejado entrever que el mantenimiento del formato de las organizaciones de masas resultaba cada vez más inviable. Además, en algunas de ellas se ha producido un proceso interno de excesiva institucionalización y centralismo

⁶ Algunos autores han estudiado las relaciones entre medios de comunicación, ONGs y marketing, creando el concepto de “marketing con causa”. Ver MIRA, J.M. *¿Una relación beneficiosa?* En www.uned.es/ntedu/espanol/master/primero/modulos/tecnologia-sociedad

que dificulta aún más su capacidad de ser representativas para gran parte de la ciudadanía mundial. Y esto no sucede porque en la actualidad vivamos en el mejor de los mundos posibles y las organizaciones sindicales hayan dejado de ser necesarias; al contrario, la exclusión social y la explotación a la que están expuestos los trabajadores del Tercer y del Cuarto Mundo son, en algunos casos, similares a las que se vivieron a finales del siglo XIX y precisan de una organización eficaz de sus intereses. Quizá por este motivo el reto sea aún mayor: ¿cómo representar, comunicar y organizar a las grandes mayorías de trabajadores excluidos de los beneficios de la globalización?

- En tercer lugar estarían las organizaciones que no cuestionan ni ideológicamente ni en la práctica los presupuestos de la globalización neoliberal, y además sus propuestas comunicativas no se han adaptado a las reglas del juego de los nuevos medios de comunicación electrónicos. En este grupo estarían las organizaciones caritativas de corte asistencial.

- Finalmente, en cuarto lugar, estarían las organizaciones sociales que integran adecuadamente dos variables esenciales: una crítica a las causas que generan las desigualdades sociales en la era de la globalización del sistema capitalista y una apropiación creativa no sólo de las TIC (especialmente de Internet), sino de los lenguajes, símbolos, discursos y modelos organizativos que van asociados a ella.

Es aquí donde se situarían los movimientos ciudadanos frente a la globalización neoliberal que hicieron su aparición por primera vez, de un modo significativo, en Chiapas y que hemos visto madurar en Seattle y en Praga.

Voy a extenderme un poco más en este último grupo ya que, por la integración que hacen de las dos variables contempladas, ofrecen pautas importantes de transmitir al conjunto de los movimientos sociales.

Podemos decir que se ha producido una simbiosis entre los principios orientadores de estos movimientos ciudadanos globales y las posibilidades de comunicación que ofrece la red de redes Internet. El impacto de estos movimientos en la ciudadanía mundial no habría sido tal sin la victoria de la batalla electrónica en los medios de comunicación⁷. ¿Oportunismo?. ¿Fruto de la casualidad?. Creo que no.

3.1. El pensamiento en red: anarquistas y ecologistas.

En el extenso y diverso campo de los nuevos movimientos sociales hay dos corrientes ideológicas cuyos principios orientadores conectan directamente con la lógica de la red: se trata del pensamiento libertario y del pensamiento ecologista. En ambos casos las ideas precedieron al desarrollo tecnológico: pensaron con la lógica de la red antes de que la red

⁷ Para un análisis en profundidad de las estrategias comunicativas en la guerra de Chiapas, ver SIERRA CABALLERO, F. (coord) (1997): *Comunicación e insurgencia. La comunicación y la propaganda en la guerra de Chiapas*. Hiru.

tecnológica (Internet) existiera. Por ello su acceso a las redes informáticas ha permitido una simbiosis creativa. Apuntemos brevemente algunas de las ideas-fuerza más significativas de estos dos grupos .

Siguiendo a Francisco Porcar, el punto de partida del pensamiento libertario es la concepción social del ser humano, en radical oposición a la ideología neoliberal, que concibe a la persona como individuo. Para el neoliberalismo la población mundial es un potencial mercado de individuos aislados a los que se concibe como consumidores. Para el pensamiento libertario, la persona se realiza cuando se encuentra y colabora con otros en la sociedad. Igualmente, dan una importancia decisiva a la libertad y a la autonomía de las personas.

Para el anarquismo existen tres grandes enemigos de la libertad y de la realización social del ser humano: la economía capitalista, por estar basada en la apropiación privada de la producción social y generar y consolidar los privilegios y la desigualdad; el Estado, por ser un mecanismo coercitivo que coarta la autonomía y libertad personal; y la religión, por reprimir la rebeldía y autonomía del espíritu humano” (PORCAR, 1999:115).

Por ello, no es extraño que desde los orígenes de Internet grupos contraculturales de inspiración libertaria se apropiasen de esta tecnología⁸, y que en la actualidad estén presentes en las principales acciones ciudadanas en contra de la globalización neoliberal. Por citar un caso, la movilización llevada a cabo en Septiembre de 2000 en la ciudad europea de Praga contra las políticas del FMI y del Banco Mundial contó con la participación de un número significativo de organizaciones libertarias, que socializaron sus conocimientos tecnológicos y articularon diversos espacios de Internet desde los que se podían seguir los acontecimientos desde perspectivas radicalmente distintas a las ofrecidas por las grandes corporaciones multimedia.

Detengámonos ahora a ver algunos rasgos del pensamiento ecologista y sus conexiones con la lógica de la red.

⁸ ...De forma paralela a los esfuerzos del Pentágono y la gran ciencia para establecer una red informática universal de acceso público, dentro de las normas de “uso aceptables”, surgió en los Estados Unidos una contracultura informática irregular y extendida, asociada con las réplicas de los movimientos de la década de 1960 en su versión más libertaria/utópica. Un elemento importante del sistema, el módem, fue uno de los adelantos tecnológicos que surgió de los pioneros de esa contracultura, originalmente denominada “los piratas informáticos, antes de que el término adquiriera connotaciones peyorativas.

El módem fue inventado en 1978 por dos estudiantes de Chicago, Ward Christensen y Randy Suess, cuando intentaban encontrar un sistema para transferirse programas microinformáticos a través del teléfono, con el fin de evitar viajar en el invierno de Chicago entre sus emplazamientos distantes. En 1979 difundieron el protocolo Xmodem, que permitió a los ordenadores transferir archivos de forma directa sin pasar por un sistema receptor. Y difundieron la tecnología sin coste alguno, porque su propósito era extender lo más posible las capacidades de comunicación....En 1979, tres estudiantes de la Universidad Duke y la Universidad de Carolina del Norte, no incluidas en ARPANET, crearon una versión modificada del protocolo Unix, que permitió conectar ordenadores por la línea telefónica regular. Lo utilizaron para iniciar un foro en línea de discusión informática, Usenet, que de inmediato se convirtió en el primer sistema de conversación electrónica a gran escala. (Manuel Castells: La era de la información. Volumen I. La sociedad-red, página 386.)

Según la idea de su primer formulador, Ernst Haeckel (1834-1919), la ecología es el estudio de la inter-retro-relación de todos los sistemas vivos y no vivos entre sí y con su medio ambiente. Si hay que buscar alguna aportación singular y propia del pensamiento ecológico a la cultura emancipatoria posiblemente sea la idea de “transversalidad”, es decir,

... La capacidad en relacionar hacia los lados (comunidad ecológica), hacia delante (futuro), hacia atrás (pasado) y hacia dentro (complejidad) todas las experiencias y todas las formas de comprensión como complementarias y útiles para nuestro conocimiento del universo, nuestra funcionalidad dentro de él, y para la solidaridad cósmica que nos une a todos. De este procedimiento resulta el holismo (hólus en griego significa totalidad). El no significa la suma de los saberes o de las diversas perspectivas de análisis. Eso sería una cantidad. Traduce, más bien, la captación de la totalidad orgánica abierta de la realidad y del saber acerca de esa totalidad. Eso representa una cualidad nueva (BOFF,1996:16).

El pensamiento ecologista se construye partiendo del principio de interdependencia entre unos saberes y otros, entre unos acontecimientos y otros, entre unas personas y culturas con otras. Todo está unido, todo está relacionado con todo.

En segundo lugar, esta corriente de pensamiento realiza una crítica “ecológica” al modelo de desarrollo del sistema capitalista. En palabras de Jorge Riechmann, los problemas con los que tropieza el capitalismo tardío derivan de las destructivas consecuencias de su modelo de producción y consumo para las bases naturales, sociales y culturales (RIECHMANN, 1994:73). No se puede plantear un crecimiento continuo en el consumo de las reservas naturales del planeta porque nos encontramos con límites infranqueables que nos sitúan ante la amenaza real de acabar con la vida en el planeta. Este modelo de desarrollo pone en peligro a la especie más importante, al ser humano, a quien el sistema capitalista excluye de la posibilidad de satisfacer sus necesidades básicas para la supervivencia en grandes regiones del mundo.

Estas claves, principio de interdependencia y crítica ecológica al modelo de desarrollo capitalista, son algunas de las que han hecho del ecologismo uno de los referentes necesarios para los movimientos sociales en la sociedad informacional. Su capacidad de crear red, de generar conexiones e interdependencias, en el tejido asociativo y en el espacio virtual, está sirviendo de referencia en el presente y resulta de vital importancia para el futuro.

4.Síntesis.

El recorrido por el nuevo contexto de la sociedad informacional y global, la mirada hacia los modelos organizativos en la producción capitalista y en los movimientos sociales y el análisis de las estrategias comunicativas de estas organizaciones nos permiten, para finalizar, destacar algunas ideas importantes de cara al futuro inmediato:

1.- Asistimos a una campaña de marketing a escala mundial que se ha orquestado alrededor de Internet, y que pone en peligro la construcción de una ciudadanía activa⁹. En la era del acceso, el sistema capitalista pretende mercantilizar por completo todas las acciones del ser humano. Su objetivo es hacer del mundo, y de Internet, un gran casino en el que todo se pueda comprar y vender. Como apuntaba Schiller en “Aviso para navegantes”, las expectativas que se han generado con la aparición de nuevos avances en las tecnologías de la comunicación se han visto frustradas por su utilización al servicio de intereses económicos. Es de vital importancia desenmascarar el envoltorio publicitario que rodea a las nuevas tecnologías de la información, superar el discurso seductor que las acompaña y descubrir su potencialidad real en el ámbito local y global.

2.- El sistema neoliberal pone en marcha diversas estrategias para “desmovilizar” a los movimientos sociales orientados al cambio social. Pretende “ecualizar” las voces más críticas contra la lógica destructora del capitalismo. Sin embargo, ahora más que nunca, son necesarias estas organizaciones que, proféticamente, denuncian los falsos mitos de la globalización neoliberal y anuncian, a partir de sus incipientes prácticas, nuevos modos de vida.

3.- El acceso a la información es una tarea imprescindible para la construcción de una democracia participativa. Como apuntaba Sally Burch, directora de ALAI, en el Foro Internacional de Comunicación y Ciudadanía (El Salvador, 1998), “si partimos del criterio universalmente reconocido de que la vigencia de la democracia depende de la participación consciente de los conciudadanos y ciudadanas, resulta indispensable que ellos estén debidamente informados y tengan la posibilidad real de expresar sus particulares puntos de vista a través de los diversos medios y sistemas de comunicación de los cuales dispone una determinada sociedad”. Esto supone plantear las cuestiones sobre información y comunicación como un servicio básico de primera necesidad para la ciudadanía, y no como una mercancía que se compra y se vende. Por que si no sólo circularan los mensajes fácilmente comercializables, y sólo se comunicaran los “consumidores” que dispongan de ciertos niveles adquisitivos.

4- Es importante que los movimientos sociales orientados al cambio social se planteen con seriedad el tema de la comunicación en una doble perspectiva. Por un lado, como desenmascaramiento del papel de las comunicaciones de masas en las sociedades industriales avanzadas. Como indica Sánchez Noriega, es tarea importante *“luchar contra la naturalización y el espontaneismo con que se conciben las comunicaciones de masas y que, en la opulencia informativa de la postmodernidad actual, muestra como rasgo dominante la no-ideología(?) de la seducción”* (SANCHEZ NORIEGA, 1997:16). Junto a esta tarea básica de analizar los medios de comunicación desde una perspectiva ideológica, política y económica, es necesario que los movimientos sociales y los agentes sociales se formen como gestores en comunicación. Que animen a sus organizaciones al diseño de planes de comunicación, a pensar estratégicamente en los modos en que se

⁹ Ver MASTERMAN, L. : *La educación para los medios: objetivos, valores y autopistas*, en www.uned.es/ntedu/espanol/master/primero/modulos/teorias-del-aprendizaje/

dirigen a sus públicos, los lenguajes utilizados, la manera en que se incorporan las tecnologías de la información en su trabajo asociativo.

5.- Finalmente, a los movimientos sociales se les plantea el reto de seguir trabajando desde la lógica de la red, en la realidad que tocamos y pisamos y también en el ciberespacio, fortaleciendo redes que den libertad, formulando proyectos comunes en los que puedan confluír colectivos heterogéneos que se unen en la crítica a las causas de fondo de las desigualdades del capitalismo globalitario, pero también en las propuestas que apuntan hacia otros mundos posibles, alternativos, más humanos.

Este artículo ha sido publicado en el libro *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Fernando Quirós y Francisco Sierra (directores). Comunicación Social. Sevilla.2001.

comunicacionsoc@supercable.es

BIBLIOGRAFIA

BOFF, L. (1996): *Grito de la Tierra, grito de los pobres*. Madrid. Editorial Trotta.

HARNECKER, Marta (1999): *La izquierda en el umbral del siglo XXI. Haciendo posible lo imposible*. Madrid Siglo XXI.

CASTELLS, Manuel (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen 1. La sociedad red*. Madrid. Alianza Editorial.

CASTELLS, Manuel (1998): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen 2. El poder de la identidad*. Madrid. Alianza Editorial.

EQUIPO CLAVES (1994): *Aprendiendo a organizar nuestra asociación. Materiales de autoformación para asociaciones*. Madrid. Editorial Popular.

GALINDO, J.(1997): *Comunidad virtual y cibercultura*, en SIERRA CABALLERO, F. (op.cit.)

GONZALEZ REQUENA, J. (1988): *El discurso televisivo, espectáculo de la postmodernidad*. Madrid. Cátedra.

JEREZ, A. (coord.) (1997): *¿trabajo voluntario o participación?. Elementos para una sociología del Tercer Sector*. Tecnos. Madrid.

- KAPLÚN, M. (1998): *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid. Ediciones de la Torre.
- LIPOVETSKY, G. (1994): *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona. Anagrama.
- MARI SAEZ, V.M. (1999): *Globalización, nuevas tecnologías tecnologías y comunicación*. Madrid. Ediciones de la Torre.
- MENDEZ, R. Y ALVAREZ, A. (1999): *Educando en valores a través de "ciencia, tecnología y sociedad"*. Bilbao. Desclée de Brouwer.
- PORCAR REBOLLAR, F.(1999): *Una historia de liberación. Mirada cultural a la historia del movimiento obrero*. Madrid. HOAC.
- RAMONET, I (1997):*Un mundo sin rumbo. Crisis de fin de siglo*. Madrid. Temas de debate.
- RIECHMANN, J. , FERNANDEZ BUEY, F. (1994): *Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales*. Barcelona. Paidós.
- SANCHEZ NORIEGA, J.L. (1997): *Crítica de la seducción mediática*. Madrid. Tecnos.
- SCHILLER, H. (1996): *Aviso para navegantes*. Barcelona. Icaria.
- SIERRA CABALLERO, F. (coord) (1997): *Comunicación e insurgencia. La comunicación y la propaganda en la guerra de Chiapas*. Hiru.
- TORRES,J. (1997): *Desigualdad y crisis económica. El reparto de la tarta*. Madrid. Voz de los sin Voz.
- ZUBERO, I. (1996): *Movimientos sociales y alternativas de sociedad*. Madrid. Ediciones HOAC.