



INETemas 23

El deseo de *en-red-arnos* y el peligro de *liarnos* La incorporación creativa de las tecnologías de la información en los movimientos sociales

Victor Marí Saez

✉ **mailto: tecnosoc@terra.es**

De unos años a esta parte se ha convertido en un lugar común de reflexión en el seno de los movimientos sociales la cuestión del trabajo en red y la necesidad de construir redes de comunicación y de solidaridad. Títulos de libros, espacios de internet, cursos de formación, invitan a que los movimientos sociales nos enredemos unos con otros; se destaca la importancia de tejer una gran red mundial desde la que organizar las *protestas* frente al modelo de globalización neoliberal y las *propuestas* para su transformación; se habla de globalizar la solidaridad como alternativa a la globalización de los mercados; se anima a construir redes locales en las que confluyan las múltiples organizaciones sociales de un determinado territorio; se insiste en la importancia de incorporar las nuevas tecnologías de información en nuestras prácticas organizativas y comunicativas.

Pero, junto a la necesidad y al deseo de organizarse en red surgen una serie de dificultades ante las que frecuente e insistentemente se choca. Y no se trata sólo de las dificultades inherentes a todo intento de transformación de la realidad. Además del espesor de lo real y de sus resistencias al cambio, en el tema que nos ocupa aparecen otras dificultades y amenazas que bloquean el trabajo en red y el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen los medios de comunicación.

Esta va a ser la idea central del presente artículo: caer en la cuenta de algunas de estas dificultades y frenos con los que reiteradamente se encuentran los movimientos sociales a la hora de aprovechar el potencial de trabajo en red que posibilitan el nuevo contexto sociopolítico y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y, por otra parte, identificar algunas claves para incorporar no sólo estas tecnologías, sino también la lógica de la red que las precede y acompaña.

Dificultades para la creación de redes de solidaridad y de comunicación

A un nivel más enunciativo que exhaustivo, me propongo enumerar cinco dificultades con las que se encuentran las organizaciones sociales que quieren hacer realidad sus deseos de trabajar en red. Unas dificultades que, debido a la frecuencia con la que aparecen en el camino, deben ser analizadas en profundidad y con seriedad para evitar seguir dando «palos de ciego» y

caminar únicamente con la buena intención en la mochila. No están recogidas todas las que son, pero sin duda estas cinco sí son algunas de las que más están frenando el aprovechamiento de la lógica de la red que ha traído la nueva sociedad informacional y global.

Después de las tres primeras dificultades, de tipo general, presento otras dos que tienen que ver directamente con la comunicación y la organización en red. Por ser éste el tema central de la reflexión que nos ocupa, voy a profundizar más en ellas.

La influencia de las políticas neoliberales, que fragmentan y atomizan las sociedades

Como señalaba el recientemente fallecido Pierre Bourdieu, el neoliberalismo se puede definir como «*un programa político cuyo objetivo es la destrucción metódica de los colectivos y de lo colectivo*». El proyecto social neoliberal es el de una sociedad fragmentada. Para la correcta reproducción del sistema interesa que los grupos sociales permanezcan aislados, enfrentados entre sí, sin capacidad de encontrar objetivos y estrategias comunes. No podía ser otro el objetivo de un programa centrado en el individuo con capacidad de consumo.

Esta primera dificultad apuntada, de carácter contextual, aborta de raíz cualquier intento de la creación de redes de solidaridad y de comunicación antagónicas a la globalización neoliberal, porque choca con sus principios y con sus lógicas de funcionamiento. En este ambiente sociopolítico *enredarnos* -tal y como se plantea aquí- supone ir a contracorriente.

Las relaciones viciadas con las administraciones públicas

Un segundo elemento que dificulta la construcción de redes es la dependencia respecto a las subvenciones, y las relaciones viciadas con las administraciones públicas por parte de un número significativo de organizaciones sociales. Cuando este dinero es la principal y casi la única vía real de financiación, defender la subvención que ya se tiene y conquistar nuevas subvenciones se convierte en un fin en sí mismo. Este objetivo puede hacer que se perciba a otras organizaciones como una verdadera competencia. El trabajo en red suena bonito, pero cuando este compartir con los otros puede hacer peligrar nuestras subvenciones, la cosa cambia...

Conocedoras de estas dependencias, las propias administraciones «*administran*» en su provecho esta situación de poder con el fin de tener controlado al movimiento asociativo; en la mayoría de las ocasiones se resisten a articular mecanismos transparentes de gestión de las subvenciones. La máxima de «*divide y vencerás*» es sistemáticamente aplicada.

Los reinos de Taifas

Cuando un colectivo social lleva varios años trabajando en un mismo territorio con unos sectores de población claramente delimitados, se corre el peligro de demarcar «nuestro» reino de Taifas: «nuestro» barrio, «nuestros» jóvenes, ancianos o niños, «nuestros» pobres...

Esta actitud de posesión hacia las personas y hacia los territorios hace que se vea con recelo cualquier intento de aproximación por parte de otros grupos y personas. El trabajo en red encuentra una barrera cuando la amenaza de construir reinos de Taifas se ha hecho realidad, cuando atraviesa las prácticas y la visión de la realidad de una organización.

Las inercias organizativas

Un número importante de colectivos sociales se rigen por modelos organizativos que dificultan la participación de sus miembros y la creación de redes con otros grupos. ¿Cómo nos organizamos para responder a nuestra idea-misión, a nuestros objetivos y fines, a aquel impulso original que nos llevó un día a ponernos en marcha?. Esta pregunta, para muchas organizaciones, está por estrenarse. Se ha funcionado por inercia, dejándose llevar por otros esquemas importados del mundo de la producción industrial, con la hipótesis de que en el trabajo social esos esquemas son también válidos.

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 otros sistemas: el sistema educativo, la organización familiar, los movimientos sociales. Veamos, muy brevemente, cuáles son los rasgos más importantes del primer modelo -el *fordista*- y su presencia en el campo de los movimientos sociales.

El *fordismo* toma su nombre de Henry Ford, que introdujo en sus factorías de Estados Unidos este modelo de dirección empresarial en la década de los veinte. 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 algún rasgo distintivo del *fordismo*, éste es su estructura jerarquizada. Las empresas inspiradas en este modelo dibujan sus organigramas en forma de pirámide. Los trabajadores manuales, que son la

mayoría, se sitúan en la parte inferior de la pirámide; los equipos de profesionales de alto nivel se sitúan en la 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 y el director ejecutivo es el que menos «*se mancha las manos*» con el trabajo manual.

¿Cómo se pueden visualizar los rasgos de este modelo en una determinada organización social?. Podemos detenernos, en primer lugar, en analizar las relaciones entre sus miembros, y veremos cómo están fuertemente condicionadas por el cargo que se ocupa en dicha organización. Las diversas funciones (presidente, secretario, vocal de área, etc.) pueden marcar decisivamente lo que se dice, lo que se hace y lo que se aparenta, hasta llegar a condicionar en exceso el «mapa de relaciones» del grupo.

El funcionamiento interno, desde este modelo, está fuertemente jerarquizado y compartimentado. De arriba abajo, el presidente tiene la mayor capacidad de decisión, y así se percibe por parte de los vocales y los 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 y los proyectos son diseñados por los expertos, que no consideran relevantes las opiniones de quienes están *al pie del cañón*.

Se trata de un modelo organizativo fundamentado sobre el control interno de los miembros, que impide su participación en todas las fases del proceso de diseño y ejecución de las actividades en aras de una pretendida eficacia. Es la lógica maquiavélica de que «los fines justifican los medios»: como los fines son justos y buenos, no importa si los medios y el proceso que nos lleva hacia ellos se olvida de dar protagonismo y participación a todos los sujetos implicados. En la fábrica fordista no se pide al obrero manual que piense, que reflexione, que participe activamente, del mismo modo que en la organización social de corte fordista tampoco son tenidas en cuenta estas cuestiones.

La consecuencia de funcionar desde este modelo termina siendo la incapacidad de involucrar a los miembros de una organización en la gestión de su vida interna, así como las limitaciones para incorporar a más personas y grupos, para crear red.

Un estilo de comunicar con excesivas dependencias del texto escrito, del lenguaje racional, de la cultura impresa

En términos generales, se puede decir que la izquierda, los movimientos sociales orientados al cambio social, consiguieron adaptarse mejor al lenguaje de medios de comunicación como la prensa, que a medios audiovisuales como la televisión.. En el caso español, es de destacar como en el primer tercio del siglo XX el movimiento obrero contaba con un número de publicaciones escritas que no se ha vuelta a igualar en épocas posteriores. Pero no se trata sólo de una cuestión cuantitativa. La relación entre el movimiento obrero y la

prensa escrita fue referencial porque se produjo una riquísima simbiosis entre mensaje y medio, entre el proyecto político y su articulación en el discurso mediático.

Este panorama va a cambiar. Desde la segunda mitad del siglo XX comienza a adquirir protagonismo un nuevo medio de comunicación, la televisión. Su *primo hermano* -el cine- había iniciado una lenta pero profunda transformación cultural que la televisión va a consolidar; se trata, ni más ni menos, que de la transición de una cultura centrada en el texto escrito a una cultura centrada en la imagen. Del «*pienso luego existo*», célebre frase de Descartes -representativa de la Modernidad y del triunfo de la Razón- se pasa al «*siento luego existo*», ilustrativa de la Postmodernidad centrada en los sentimientos y en las emociones del ser humano.

Las consecuencias que este giro tiene para los movimientos sociales son de gran calado; acostumbrados a articular unos discursos en torno a la palabra, el texto escrito y el discurso racional, emerge un nuevo contexto cultural y mediático en el que el lenguaje audiovisual impone unas nuevas reglas(1). El reto ante el que se encuentran los movimientos sociales ha sido formulado con claridad y lucidez por Marta Harnecker, cuando dice que

«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 de comunicación están absolutamente controlados por grandes empresas monopólicas nacionales y transnacionales».

Una carencia con la frecuentemente nos topamos es con esta falta de dominio del lenguaje audiovisual por parte de los movimientos sociales. Dominio no tanto del medio, sino del lenguaje inherente a él. Como bien apunta Joan Ferrés, lo que hace diferente a la televisión respecto a otros medios no es el medio en sí mismo, sino el modo en el que se cuentan las cosas en televisión. No es el aparato, sino el lenguaje. Por eso nos encontramos a veces con materiales audiovisuales producidos por los propios movimientos sociales en los que está ausente lo específico del lenguaje audiovisual:

- Se abusa excesivamente del texto escrito y de la palabra en detrimento de la imagen: entrevistas excesivamente largas, bloques de voz en off(2) interminables, bustos parlantes(3) omnipresentes...

- Se concibe la imagen como un relleno de la palabra. Primero se piensa en palabras y luego se añaden imágenes y sonidos. Sin embargo, el lenguaje audiovisual es un lenguaje integrado(4), en el que la palabra, la imagen y el sonido forman un todo unificado y coherente, fruto de un proceso de creación en el que, desde la fase de diseño, ya se piensa en imágenes.

Estas dificultades para la incorporación del lenguaje audiovisual han vuelto a ponerse de manifiesto con la llegada del nuevo medio internet. A la hora de diseñar las páginas web se vuelve a caer en los mismos errores anteriormente comentados. Internet permite y supone mucho más que el simple hecho de colgar textos escritos en la red.

Algunas claves para la incorporación creativa de las tecnologías de la información y de la comunicación

Como indica Manuel Castells en su enciclopédico y referencial trabajo titulado *La era de la información*(5), las redes constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades y la difusión de su lógica de enlace modifica de forma sustancial la operación y los resultados de los procesos de producción, la experiencia, el poder y la cultura. Aunque la forma en red de la organización social ha existido en otros tiempos y espacios, el nuevo paradigma de la tecnología de la información proporciona la base material para que su expansión cale toda la estructura social» (Castells, 1997:505).

El modelo de organización en red, a partir del cual se estructuran las principales actividades de la sociedad informacional -las transacciones financieras y las comunicaciones mediáticas- también es un modelo referencial para los movimientos y redes sociales que luchan por resistir y transformar el proceso de globalización neoliberal. En este camino de articulación, que se va construyendo en encuentros como el Foro Social Mundial de Porto Alegre, es donde podemos fijarnos para recoger algunas claves comunicativas y organizativas que nos sirvan para incorporar creativamente las tecnologías de la información y la comunicación. A modo indicativo, destacaría las siguientes:

Descubrir que la lógica de trabajo en red precede al instrumento de la red internet

Esta idea me parece central. Aquellas organizaciones que ya funcionaban desde la lógica de la red han visto como la nueva herramienta de comunicación -internet- que se populariza a finales de los noventa sirve para redimensionar los procesos de cambio en los que se estaba implicado; dicho de otra manera, no basta con introducir una tecnología como internet para trabajar en red. Las organizaciones que tienden a concentrar y acaparar la información y la toma de decisiones no tienen sólo que introducir nuevas herramientas comunicativas, sino que es necesario modificar los modelos organizativos que conciben la información como un bien a acaparar en lugar de entenderla como algo que hay que repartir y hacer circular.

Las organizaciones sociales que se habían dotado de organizaciones *flexibles, horizontales, interconectadas con otras*, son las que mejor están aprovechando los nuevos medios. En el diverso campo de los movimientos sociales hay al menos tres tradiciones cuyos principios ideológicos conectan directamente con la lógica de la red: la corriente libertaria, feminista y ecologista. En aquellos

que apuestan por una estructura descentralizada y horizontal basada en la libertad del ser social (anarquismo), en los que descubren la interconexión que todo tiene con todo (ecologistas) y en quienes la cercanía, intuición y globalidad son elementos constitutivos de las redes de solidaridad (feministas) podemos encontrar verdaderos «filones» en los que alimentar nuestras prácticas.

Pensar la comunicación

Hay que plantearse la comunicación en una doble perspectiva. Por un lado, como desenmascaramiento del papel de las comunicaciones de masas en las sociedades capitalistas avanzadas(6); como indica Sánchez Noriega, «es tan importante luchar contra la naturalización y el espontaneísmo 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» (Sánchez 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 se formen como gestores en comunicación; que dinamicen en el seno de sus organizaciones el diseño de planes de comunicación, para pensar estratégicamente en los modos en los que se dirigen a sus públicos, en los lenguajes utilizados, en la manera en que se apropian de las tecnologías de la información y la comunicación.

Incorporar creativamente los lenguajes audiovisuales

Basta ya de centrar todo el peso de nuestras comunicaciones en el lenguaje escrito. Hay que partir de las imágenes para llegar a las ideas, como ya dijera en los comienzos de este siglo el cineasta soviético Sergei Eisenstein. Pensar en imágenes, concebir el documento como una integración armónica de los diferentes lenguajes: escrito, sonoro, visual, gestual...Descubrir que los colores, los tipos de letras, la ubicación de un elemento en la página web, también están comunicando, y mucho. Integrar a diseñadores y expertos en comunicación en la organización, o abrir procesos de formación en este campo.

De la identificación de las dificultades que impiden el trabajo en red y del aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el nuevo contexto social y tecnológico depende que nos *liemos* o que, más bien, nos *enredemos*. Como decía el slogan de una O.N.G., «*mucha gente pequeña, en muchos sitios pequeños, haciendo cosas pequeñas, están transformando el mundo*». Cuando se trabaja en red, añadido.

Víctor Manuel Marí Sáez
Asesor en Comunicación Audiovisual. vmari@hotmail.com

(1) Ver RAMONET, Ignacio: «Pensamiento único y nuevos amos del mundo», en *Cómo nos venden la moto*. Icaria. Barcelona.1995; *Un mundo sin rumbo*. Crisis de fin de siglo. Temas de Debate.Madrid.1997; *La tiranía de la comunicación*. Temas de Debate. Madrid.1998.

(2) Voz en off: es la voz pronunciada en un espacio de televisión en el que no se ve al locutor que habla

- (3) Busto parlante: imagen, plano de una persona que habla mirando a la cámara. Por ejemplo, el /la presentador/a del telediario.
- (4) Ver APARICI, Roberto: El documento integrado, en La revolución de los medios audiovisuales. Ediciones de la Torre. Madrid.1993; La imagen.UNED. Madrid.1992; APARICI, Roberto y GARCÍA MATILLA, Agustín: Lectura de imágenes. Ediciones de la Torre. Madrid.1989.
- (5) CASTELLS, Manuel: La era de la información. Volumen I. La sociedad red. Alianza Editorial. Madrid.1997; Volumen II. El poder de la identidad.(1998);Volumen III. Fin de milenio (1998).
- (6) Este análisis lo desarrollo en más profundidad en mi libro «Globalización, nuevas tecnologías y comunicación». Ediciones de la Torre. Madrid.1999