

Abriendo el diálogo y el debate

La presente ponencia mostrará como en algunas investigaciones relacionadas con iniciativas sociales se mantiene una perspectiva instrumental en el análisis que con la reciente revolución tecnológica parece arraigarse en el ámbito académico. Esta premisa se coteja con lo encontrado durante la construcción del estado del arte de la investigación: *Prácticas comunicativas y movimientos sociales: Aproximaciones al 'Tal paro agrario' que Sí existió*. En la mayoría de los estudios revisados se pasa por alto, por ejemplo, que los movimientos sociales son acciones políticas colectivas que surgen de procesos organizativos que van más allá del uso de herramientas tecnológicas. Y qué, para su efectividad, desarrollan prácticas comunicativas organizativas (reuniones, comités, asambleas) que posteriormente les permiten concretar acciones con las que incidirán en la esfera pública (cacerolazos, plantones, marchas, carnavales y otras prácticas) con el propósito de ganar reivindicaciones particulares y con esto expandir o fortalecer la democracia.

Durante la revisión de la literatura se hizo evidente un repetido interés de los investigadores en comunicación por indagar sobre el papel que cumplen las tecnologías como herramientas de comunicación en los movimientos sociales contemporáneos. En consecuencia se observa una línea muy marcada hacia el determinismo tecnológico y una mirada de estas plataformas como el eje central en la comunicación al exterior de los movimientos sociales. El análisis de algunos de los trabajos revisados, por ejemplo, se da prioridad al uso frecuente de nuevas plataformas que aparecen gracias al internet. En otros estudios se observa a estos medios desde el enfoque del marketing, incluso como estrategia de posicionamiento de los movimientos desde el manejo efectivo del lenguaje, con el objetivo de posicionar o de alguna manera desde el enfoque económico capitalista y de la economía informacional para “vender” una causa. En estos casos, se descartan por completo la comunicación como proceso y se limita al simple acto de emitir mensajes de manera acertada para cautivar a ciertos públicos. Nuevamente se dan entonces prioridad a la circulación de información y al uso apropiado de la herramienta para conseguir los propósitos de divulgación.

Por otra parte, se identificó un interés manifiesto por evidenciar cómo son presentados los movimientos sociales en los medios de comunicación masivos, con prevalencia de los impresos, y un importante interés hacia la formación de opinión pública desde las empresas dedicadas a la comunicación, en donde se priorizan ciertos énfasis como respuesta a intereses económicos y políticos, pero que desde algunas reflexiones aquí revisadas, posibilitan la visibilización del movimiento y por ende la solidaridad de los ciudadanos que no pertenecen a él.

Llama la atención, cómo en algunos trabajos, de manera algo idealista y apresurada se cataloga a las redes sociales independientes y como espacios de autonomía, participación y democracia, dejando de un lado el análisis que desde la economía política de la comunicación revisa a estas plataformas como empresas con intereses económicos y por ello poco imparciales a la hora de determinar la información a priorizar o invisibilizar e incluso censurar. Asunto que se tratará más adelante con relación a la NO neutralidad de la Red.

Se pasa por alto también en la mayoría de los estudios planteados que los movimientos sociales son a su vez apuestas políticas que no surgen de la nada y por el contrario para que permanezcan en el tiempo como movimientos y promuevan cambios e impacten positivamente a la sociedad, deben contar con procesos de encuentro físico que trascienda la participación virtual, con discusiones, debates, consensos y disensos entre sus integrantes. De lo contrario pueden terminar siendo flor de un día, loables iniciativas que no trascienden lo que se ha denominado la esfera virtual para ir a la esfera pública, es decir, a las calles, los cacerolazos, los plantones, las marchas, etc.

Se reafirma entonces el interrogante ¿es la internet un nuevo escenario de relaciones inter organizativas? Faltaría de parte de algunos de los investigadores en los casos estudiados revisar si los protagonistas de sus investigaciones son realmente movimientos sociales o grupos que expresan un inconformismo a través de ciertos canales, pero que no cuentan con una organización política de fondo y no llevan sus inquietudes a la esfera pública en cumplimiento de sus deberes y derechos como ciudadanos.

Metodológicamente se encuentra una persistencia al análisis de contenido, de los mensajes publicados a través de los canales virtuales, sin embargo, no se indaga sobre su alcance, sus consecuencias y como un elemento perteneciente a una serie de prácticas comunicativas que deberían estudiarse a la par de los procesos organizativos si es que los hay en los movimientos descritos.

Lo anterior genera algunas inquietudes frente a los enfoques prevalentes en el campo de la comunicación orientados hacia el protagonismo de los medios, sus usos y apropiaciones. Sin embargo, retomando la propuesta inicial de Martin Barbero (mediaciones-procesos), valdría la pena revisar distintas perspectivas teóricas, para poner en discusión el concepto de comunicación, en una época donde el desarrollo se asocia con los avances tecnológicos, pero contradictoriamente el ser humano se aleja y se ve sometido a condiciones de aislamiento, segregación e incluso individualismo. A la par, algunas iniciativas demuestran que se puede pensar en la construcción desde lo colectivo para el cambio social. Esta puede ser solo otra perspectiva desde la cual abordar la comunicación, para darle riqueza y fuerza al campo y más importante aún para comprender cómo, porqué y para qué nos organizamos como sociedad.

Comunicación como proceso en tiempos de avances tecnológicos

Como en otros momentos de la historia, nos encontramos ante una revolución tecnológica, nuevas industrias e infraestructuras reconfiguran la economía y permiten la aparición de un paradigma tecnoeconómico capaz de guiar a los empresarios, gerentes, innovadores, inversionistas y consumidores, tanto en sus decisiones individuales como en su interacción, durante todo el período de propagación de ese conjunto de tecnologías. (Pérez, 2005)

En efecto, la llegada de Internet marca para la historia de la humanidad un nuevo hito que está reconfigurando diferentes ámbitos de la vida. La aparición de las redes sociales y las plataformas digitales, materializan nuevas prácticas comunicativas, desde las cuales se generan nuevos procesos de interacción (compras por internet, comunicaciones en tiempo real desde cualquier lugar del mundo, viajar virtualmente a otros territorios, visitar museos, calles lugares etc.).

Aunado a lo anterior, nuevos espacios de visibilización emergen en estos medios digitales que ofrecen una cierta variedad de posibilidades para poner a circular en el ciberespacio todo tipo de iniciativas de carácter social, cultural y político, donde se evidencian las luchas colectivas en diferentes partes del mundo y que surgen para defender primordialmente sus derechos. Ante estas nuevas posibilidades de comunicación que ofrece la actual revolución tecnológica, algunos académicos califican con excesivo optimismo el poder de dichas herramientas y lo trasladan desde una perspectiva determinista al primer lugar de importancia en la aparición, consolidación y visibilización de estos movimientos sociales.

Es así como Castells (2012) plantea que esta nueva sociedad, se encuentra constituida a través de redes de todo tipo que no tienen límites, son infinitas y se multiplican gracias a la conexión de nuevos nodos y a la interconexión de ellos entre sí, en un espacio de múltiples dimensiones para el intercambio social, cultural, político y económico. Complementa diciendo que “la tecnología de las redes de comunicación dan forma al proceso de movilización y por tanto de cambio social”. (Castells, 2012, p. 210). Afirma

que son virales porque siguen la lógica de la red, es decir que se esparcen en la medida en que son difundidos, logrando alcanzar el apoyo de culturas y contextos distantes. Refiriéndose al aparente éxito de las plataformas tecnológicas en los movimientos sociales de Túnez e Islandia, Castells sostiene que “una nueva generación de activistas ha descubierto nuevas formas de cambio político mediante la capacidad de comunicarse y organizarse de forma autónoma, fuera del alcance de los métodos habituales de control político, y económico”. (2012, p. 38)

Desde una visión instrumental de la comunicación, evade la ausencia de neutralidad de las plataformas tecnológicas, creadas para el control¹ y administradas hoy en día por establecimientos económicos cuyo objetivo se centra en la producción y comercialización de la información que en ella se produce, dándole juego o énfasis a determinadas temáticas, omitir, obviar e incluso, censurar. Esta perspectiva omite la organización de los colectivos en torno a una causa y que cualquier interacción o intercambio es solo duradero si toma forma. Y todo movimiento que no sea mero estallido o agitación engendra regularidades y rutinas. A propósito de ello Barbero señala que la “... ritualidad es a la vez lo que en las prácticas sociales habla de la repetición de la operabilidad.” (1990, p.12) Estas rutinas tienen que ver con las prácticas que sí determinan la efectividad del movimiento; los liderazgos, agentes, comités, y todas aquellas acciones y roles que se asumen en su interior como modos de organización social y política.

Son varios los analistas que contradicen estos planteamientos. Por ejemplo, el escritor canadiense Malcolm Gladwell en su artículo, “Small change: Why the revolution will not be tweeted”², cuestiona el poder de los medios digitales para generar cambios en el mundo físico. El título del artículo hace referencia a lo que se conoció a través de los medios como la “Revolución iraní en Twitter”, que reflejaba la euforia occidental ante el potencial de Internet y las redes sociales para cambiar el mundo. Según Gladwell, los vínculos necesarios para hacer las revoluciones no se dan a través de medios y plataformas sociales, donde las jerarquías son sustituidas por redes descentralizadas “Las plataformas sociales están construidas sobre vínculos débiles. (...) Estas redes no tienen una estructura centralizada y líneas claras de autoridad y para hablar de un sistema firme y bien organizado hace falta una jerarquía”. (Gladwell, 2010)

En una postura similar, Terré y Barranquero (2013) sugieren una mirada menos ‘ilusionista’ de las TIC y a la vez menos instrumentalista de la comunicación, por un lado al intentar desmitificar el determinismo tecnológico, a partir de una visión histórica, desde la cual reseñan cómo cada nueva tecnología ha sido caracterizada como el detonante de las transformaciones históricas. Así mismo, plantean que se ha fabricado todo un universo mitológico alrededor de la web 2.0 al que llaman idílico espacio de participación y libertad. Desde esta orientación los académicos proponen analizar la comunicación con un sentido más amplio, desde el cual se le reconozca su papel transversal como parte de los procesos de organización y acción de los movimientos.

Ejemplos cercanos de la realidad nacional, como el fracaso de la campaña del candidato a la Presidencia de la República Antanas Mockus, en los comicios electorales de 2010, son prueba auténtica de que los dispositivos tecnológicos y sus plataformas son sencillamente un medio para dar a conocer y hasta para opinar, pero no para transformar. Bajo la bandera de un aparente movimiento político denominado “la ola verde” se generó una expectativa frente al panorama electoral en Colombia, donde muchos ciudadanos desde lo virtual consagraban como presidente al mencionado candidato.

1 Los inicios de Internet se remontan a los años 60. En plena guerra fría, Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país.

2 Ver: <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>

En el marco de este caso se evidencia que además de requerir organización, los procesos sociales (electorales) requieren mucho más que la red para existir y trascender. No basta con expresar en la virtualidad la solidaridad frente a una causa, se requiere además, lograr movilizar a las personas para el apoyo real, en este caso representado en el voto. Lo anterior refleja en oposición a dichas teorías, que si bien es cierto las plataformas tecnológicas ligadas a internet, han reconfigurado la forma como se efectúa la vida económica, política, cultural, en términos de procesos de cambio social, la movilización sí se determina por tejido humano organizado.

Surgen entonces algunos cuestionamientos sobre si las manifestaciones y movilizaciones sociales que expresan inconformidades, florecen gracias a la aparición en escena de un medio que se presenta como revolucionario, aparentemente amplio y libre, o son producto de un proceso de organización, planeación y congregación de personas motivadas por propósitos comunes. Frente a lo anterior, cabe destacar que por décadas los estudios de comunicación orientaron su mirada analítica a los efectos del mensaje en el receptor, a partir de los contenidos producidos desde los medios de comunicación y su repercusión en el público o audiencia. Al parecer, aunque han pasado años desde su aparición, este enfoque continua prevaleciendo en los modos de analizar la comunicación.

La teoría funcionalista desarrolló las bases de los estudios sobre el sistema de comunicación de masas y se dedicó a revisar las consecuencias objetivamente demostrables de los medios sobre la sociedad. Estas teorías mostraron la amenaza latente de los medios sobre la estructura social y el efecto narcotizante (Wolf, 1994) en la que el ciudadano informado podría sentirse satisfecho informativamente sin actuar. Su aporte en la comunicología fue clave para estudiar a los medios masivos y sus aportes hacia el entendimiento de los fenómenos de masas. Sin embargo, desde la investigación el énfasis en estos enfoques desplazó el proceso por el análisis determinista instrumental. Mirada que a su vez otorga al individuo un papel pasivo, en el cual se convierte en receptor o usuario de instrumentos que le 'posibilitan' mantener contacto con el mundo.

La marcada tendencia hacia el determinismo tecnológico que se profundiza con la aparición de las nuevas plataformas digitales para la 'comunicación', ha desviado el campo hacia una sola de sus variables: la de los medios, y tal vez profundizado poco en aquella perspectiva que parte de la interacción humana y los procesos organizativos desde los consensos y disensos. Esta hipótesis es producto de la realización del estado del arte del presente trabajo, y se hizo evidente a lo largo de dicha revisión documental de investigaciones sobre movimientos sociales y comunicación en Colombia.

En consecuencia, la tendencia al determinismo tecnológico ha olvidado que los fenómenos sociales surgidos en la última década entre los que se destacan, para hablar del caso colombiano, los movimientos estudiantiles y agrarios han surgido como producto de reclamos justos ante políticas regresivas que afectan a estos sectores. Su constitución como organizaciones se dio como fruto del trabajo organizado, articulado y coordinado entre las diferentes vertientes políticas y sociales que los conforman, con contradicciones internas, pero con acuerdos claves sobre lo fundamental. Allí, la comunicación entendida como proceso de consenso y disenso se manifiesta de manera clara, más allá del uso o no de medios o redes sociales, entendidos como herramientas para la visibilización del movimiento pero no determinantes en su funcionamiento y resultados. Así lo plantea Sergio Fernández ex vocero de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil MANE (movimiento social surgido en el año 2011) en una entrevista concedida en 2014:

Antes de la Mane no había un referente gremial. En año 2011 con la propuesta de la reforma a la ley 30 (privatización de la educación). Entendimos que era necesario ir más allá y logramos unidad gremial en tres aspectos de movilización, organización y programáticos. En esta mesa estaban los ateos, los

religiosos, los comunistas, los anarquistas, todos quienes estuvieran a favor de la educación podían estar allí.

El éxito de la Mane como movimiento social fue el resultado de diferentes estrategias como foros, asambleas, reuniones, comités, complementados³ con movilizaciones, conciertos, besatones, bailatones, abrazatones, carnavales y acciones organizadas. Estas acciones lograron la solidaridad y la atención de la opinión pública que se sumó a la presión para que se diera la retirada de un proyecto de ley que en voces de los líderes del movimiento, privatizaría la educación y la convertiría en un negocio. Desde la mirada del movimiento, el efecto logrado nació desde la comprensión de qué, movilizar significa llamar de manera estratégica y creativa la atención de la sociedad, para hacer visibles las problemáticas sociales que motivaron su organización.

Por su parte, el caso del movimiento agrario surgido en el año 2013, una organización similar se vislumbró. Diferentes sectores del campo colombiano (lecheros, paperos, cebolleros, arroceros, etc.) Se unieron para hacer un llamado a la sociedad colombiana sobre la crisis que vivía (y que aún vive) el agro nacional, producto de los tratados de libre comercio. Acciones organizadas como cacerolazos, marchas, bloqueos de carreteras importantes, el derrame de leche, provocaron la solidaridad desde distintos sectores de los ámbitos nacional e internacional y como consecuencia, una de las movilizaciones más grandes en la historia reciente. Lo anterior potenciado en dos factores externos al movimiento: la reacción de apoyo por parte del obispo de Boyacá y las declaraciones descalificadoras del Presidente de la República, Juan Manuel Santos, quien manifestó en una alocución presidencial “Que el tal paro agrario no existe”.

Conclusión: el retorno a los procesos

Finalmente, la inquietud por una epistemología de la comunicación que retorne a las concepciones iniciales e incluso etimológicas del concepto, abre un interés por indagar en esas teorías que revisan el campo, lo cuestionan y se salen del marco determinista para sumergirse en la idea del proceso, del diálogo (sin romanticismos) e incluso del disenso y las diferencias como oportunidad de encuentro.

Por ejemplo, en distintas publicaciones el reconocido académico Jesús Martín Barbero, ha hecho un llamado a los comunicólogos e interesados en el campo de la comunicación a trascender la perspectiva de los efectos y de la manipulación de las audiencias para “re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos. (1991, p. 10)

Esta mirada hace un llamado y es a entender la comunicación como un proceso, qué es posible a partir de la interacción entre al menos dos partes. Recordemos que en la lógica funcionalista, la comunicación se entendía como una acción unidireccional en la que el receptor no tendría mayor participación y cuyos comportamientos terminarían siendo amoldados.

Más adelante en su famoso artículo “Perder el objeto para ganar el proceso” Barbero llama la atención sobre el papel estratégico que han adquirido los procesos de comunicación en la economía y en la política. Por otra parte, cuestiona como la investigación en comunicación debía partir de los procesos sociales para entender que el significado de la comunicación “no nos lo puede decir ni la semiología ni la teoría de la

3 Complementados, en tanto que a pesar del origen organizativo de estas prácticas comunicativas externas, de acuerdo con las circunstancias, en ocasiones emergen de manera espontánea, sin planeación o preparación.

información, no nos lo puede decir sino la puesta a la escucha de cómo vive la gente la comunicación, de cómo se comunica la gente” (2012, p.78)

En conclusión como fruto de este recorrido realizado, y recogiendo la invitación realizada por Barbero, se reafirma la apuesta conceptual, epistemológica y metodológica que abordará el trabajo de grado que he propuesto para la maestría en comunicación y en el que desde una mirada menos romántica de lo tecnológico y menos instrumentalizadora de la comunicación se recoja un caso de estudio que permita entender las interacciones internas del movimiento desde los encuentros, los liderazgos, los agentes, la participación interna y las acciones que hacen parte de una apuesta social y política, la cual no se puede nutrir sin un trabajo de base (comités, líderes, encuentros, reuniones) que fije el horizonte, que determine los momentos que en última instancia, determine el rumbo, la estabilidad y perdurabilidad del movimiento.

Referencias

- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S. A.
- Martín-Barbero, J. (2012). De la comunicación a la cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 76-84.
- Perez, C. (2005). *Revoluciones tecnológicas y capital financiero. La dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza*. México: Siglo XXI.
- Treré, E., y Barranquero, A. (2013). De mitos y sublimes digitales: movimientos sociales y tecnologías de la comunicación desde una perspectiva histórica. *Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 8, 27-47.
- Wolf, M. (1994). La teoría funcionalista de la comunicación de masas. En *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós.