

Movimientos sociales, comunidades virtuales y desarrollo

Marina MANTINI*

Propuesto: 4 de mayo de 2012
Evaluado: 10 de mayo de 2012
Aceptado: 25 de mayo de 2012
(Abstracts y palabras clave al final del texto)

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación para el desarrollo sostenible, en los últimos 20 años, ha sido objeto de discusión y transformación, tanto en el nivel práctico de su aplicación en proyectos concretos, como en el nivel de la discusión teórica, en el debate sobre valores, herramientas y análisis. La misma definición de desarrollo, en cuanto objeto de estudio de las ciencias sociales y comunicativas, ha evolucionado en el tiempo y ha sido cuestionada en repetidas ocasiones. Ya en los años '70 el debate epistemológico alcanzó una definición: los primeros estudios dedicados a analizar la evolución de las sociedades desde un punto de vista holístico (ver por ejemplo *The limits to growth*, 1972 o la obra de Ignacy Sachs sobre eco-desarrollo) empezaron a poner en tela de juicio la viabilidad de un desarrollo entendido como objetivo económico planetario. Estos autores introdujeron el concepto de “límites del crecimiento”, en oposición al de desarrollo, que consideraban cargado de connotaciones economicistas. Sin embargo, en ese momento el debate no se trasladó a la disciplina de la comunicación, cuyos paradigmas principales (Servaes, 2002; Waisbord, 2001) se insertaban en un marco de crecimiento unilíneo según el modelo occidental (dominante sobre todo de Estados Unidos). En 1992, Wolfgang Sachs abrió su obra *The Development Dictionary* con la frase “Los últimos cuarenta años pueden denominarse la era del desarrollo. Esta época se acerca a su fin. Es el momento indicado de redactar su esquila de defunción” (1992: 1). Estos estudios, pese a su valor y difusión, no lograron imponer públicamente su visión e interpretación, mientras mediáticamente, políticamente (Informe Brundtland, 1987) y lingüísticamente se consolidaba el concepto de desarrollo sostenible y la terminología asociada con él. Aunque no sea aquí el lugar para un análisis exhaustivo de la evolución de este concepto, señalamos únicamente que el alcance global del que consideramos un oxí-

* Presidenta de la Asociación Cultura Ambiente

moron ha sido el resultado de años de discursos orientados a su imposición, tanto en ámbito de los mass media como en la agenda política¹. Así, el desarrollo sostenible se ha seguido utilizando en los estudios de comunicación sin demasiados cuestionamientos, más bien como “concepto paraguas” que ha abarcado una totalidad de acciones y proyectos de lo más diversos (sobre todo en el ámbito de la cooperación internacional). Hasta que varios autores, como el ya citado Wolfgang Sachs (1992), empezaron a cuestionar la definición en auge hasta el momento y la sustituyeron por “post-desarrollo” (Latouche, 1986 y 2006; Escobar, 2005; Malighetti, 2005; Rist, 2002). Si bien este avance ha permitido superar, en el ámbito teórico, ese concepto en su definición más “desarrollista”, en las investigaciones y en la práctica se ha seguido trabajando dentro de ese paradigma, tanto en las instituciones públicas como en las ONGD. Por este motivo, queremos apuntar que en este trabajo el concepto de desarrollo se discute desde una perspectiva muy crítica y con el objetivo de contribuir a su superación teórica y metodológicamente.

Para volver al campo disciplinario que nos atañe, en la comunicación para el “desarrollo” existe también un problema circunstancial, que dificulta que pueda constituirse como ámbito de estudio coherente, compartido y asentado. En estos años hemos asistido a una feliz “coincidencia” que ha visto este área disciplinar crecer, por lo menos en el contexto español, aprovechando una época dorada de creciente inversión en el sector de la cooperación internacional², logrando finalmente incluir la cultura y la comunicación como factores transversales necesarios e incluso imprescindibles del bienestar³. Consecuentemente, se ha producido un crecimiento coyuntural de los investigadores que se han dedicado con más decisión al “desarrollo”, quizá por otras razones además del interés científico por la disciplina⁴. Con el resultado de disponer de un amplio abanico de estudios y análisis, sin que sin embargo dieran lugar a discusiones en profundidad sobre las cuestiones teóricas y metodológicas propias de la disciplina. Las reflexiones sobre la delimitación del campo y su definición han sido escasas, en todo caso insuficientes para impulsar un avance disciplinar. Y en el contexto actual de crisis, es probable que esta enésima “burbuja” se desinfle sin que se haya llegado a constituir en España un sólido campo de estudio⁵ (a diferencia de lo ocurrido en el contexto latinoamericano, por ejemplo).

¹ Lo relata muy bien Ugo Bardi in *The Limits to Growth Revisited* (2011)

² Debería hacerse un estudio cuantitativo sobre el incremento de cursos de grado y postgrado dedicados al campo de comunicación, cultura y desarrollo y de las investigaciones y publicaciones durante los últimos años en este área, para establecer la relación que aquí podemos solamente insinuar. Para ver la evolución de la financiación pública a la cooperación internacional consultar: Query Wizard for International Development Statistics- Organization for Economic Co-operation and Development, <http://stats.oecd.org/qwids/>.

³ Véase en España el Plan director de 2005-2008 y 2009-2012, disponibles en http://www.aecid.es/es/servicios/publicaciones/Documentos/Plan_director/ y la Estrategia Cultura y Desarrollo disponible en <http://www.aecid.es/es/que-hacemos/cultura-ciencia/documentos/estrategia/> [consultados el 03/05/2012]

⁴ Con estos comentarios no queremos tachar como negativa esta relación causal, al contrario, puesto que las políticas públicas tienen (o deberían tener) como finalidad prioritaria el impulso a ámbitos de investigación nuevos e inexplorados, fuera de las lógicas de interés privado que sin embargo se han vuelto dominantes.

⁵ Esto no quiere evidentemente decir que no existan en España autores e investigaciones con larga tradición en este ámbito, como apunta bien Fernández Viso en este mismo número. Aquí nos referimos a la falta de reflexión y atención teórica a la definición de la disciplina por parte de los mismos investigadores.

La cultura y la comunicación, en una acepción distinta a la fomentada por las industrias culturales imperantes, es previsible que pasen a un segundo plano y vuelvan a ser consideradas como “accesorios”. Las narrativas actualmente predominantes en los medios de comunicación se concentran en la difusión del miedo (Reig, 2011) y en la crisis, clasifican y jerarquizan los temas de modo que la cultura y la comunicación, y no es la primera vez en la historia que esto ocurre, se desclasifican o se excluyen de lo relevante, organizado según una pirámide de supuestas necesidades primarias.

Finalmente, es preciso comentar que parte de estos problemas, teóricos, metodológicos y políticos de la disciplina derivan de su recorrido, desde sus orígenes (Servaes, 2001; 2002) y su (corta) historia, que ha dibujado un mapa conceptual difuso e híbrido, donde conviven (más o menos felizmente) conceptos como comunicación para el cambio social, para el desarrollo, comunicación humanitaria, de emergencia, de riesgo, para la paz (Mantini, Saiz, Donatello, 2011: 232-233).

Para contrarrestar las dificultades descritas hasta ahora, a las que podemos añadir las de adaptación a las rápidas transformaciones de las Tics, la comunicación para el desarrollo se dirige hacia su reinvencción. En primer lugar, está en proceso de distanciamiento de la herencia desarrollista: con el cambio radical de las antiguas relaciones de poder entre Norte y Sur del mundo, el surgir de potentes movimientos ciudadanos transnacionales y la puesta en discusión del paradigma del crecimiento, en jaque por la crisis, es evidente que este ámbito de comunicación no puede sostenerse sobre pilares teóricos y valores desfasados. De hecho, cada vez más se denomina este proceso añadiendo la especificación “para el cambio social”, particularmente en boga en las investigaciones actuales, que consiste en centrarse en la perspectiva del cambio, sin entrar a valorar el proceso de desarrollo, aunque tomando nota de ello⁶. Queda por ver como se contextualizan y se construyen, a nivel comunicativo, los contenidos y los valores de este cambio.

Este reciclaje de perspectivas y objetivos lleva a reflexiones y análisis sobre las prácticas comunicativas contemporáneas, especialmente cuando están vinculadas a las tecnologías de la comunicación e información, particularmente a las redes digitales. En esta senda, con este trabajo queremos aproximarnos específicamente a la importancia de Internet y las nuevas tecnologías en el mundo de la comunicación para el cambio social (con atención especial a la de los movimientos ciudadanos), abordando desde una perspectiva semiótica los discursos que se producen en el actual ciberespacio mediatizado, para tratar de identificar las cuestiones principales que suscitan. Asistimos a la creación de nuevos formatos y léxicos literarios (comentarios, notas, post, tweets), nuevos géneros de la información (periodismo ciudadano, periodismo humano, de guerrilla, información social), nuevos actores (internautas, colectivos, profesionales prestados a la red y académicos dedicados al estudio de las redes sociales), nuevas rutinas productivas (deslocalización total o parcial de la producción de información, múltiples plataformas de trabajo, adelgazamiento de las plantillas de profesionales, tiempos reales de información) e inevitablemente de nuevas narraciones (Cosenza, 2011: 310-317).

⁶ También el cambio social, como campo de investigación, plantea ciertos problemas teóricos, derivados de la falta de debate y reflexión sobre los valores (comunicativos y no) que lo componen.

Todos estos cambios son ya objeto de amplias reflexiones también por parte de los profesionales de la información y de la sociedad en general, pero a pesar de la abundancia de debates, reflexiones y discusiones, nos parece que desde el ámbito disciplinario de la comunicación para el cambio social todavía no se ha centrado el núcleo de la cuestión. No se puede negar que se ha tomado conciencia de la transformación radical de los paradigmas de la comunicación, que conducen a interpretar los procesos comunicativos actuales como espontáneos, horizontales y capaces de movilizar amplios sectores de la sociedad con los que es posible mantener un diálogo constante y en tiempo real. Los conceptos de participación, transparencia, pluralismo, se han asentado como los fundamentos de estos nuevos formatos gracias a las funciones de interactividad y multimedialidad que se suelen atribuir por sistema a los medios digitales. El problema se sitúa en que, si bien se intuye lo que estos “nuevos” medios pueden aportar al cambio social, lo que sigue desconociéndose es cómo, y sobre todo no se discuten las implicaciones de estas características, o el hecho de que nos enfrentamos a una construcción discursiva. Los mecanismos y las estrategias que llevan a concretar la potencialidad transformadora de la comunicación, ejemplificada en la capacidad de movilizar a la sociedad, siguen siendo imprevisibles y por lo tanto difícilmente reproducibles. Nuestra hipótesis es que esta dificultad de comprensión reside en parte en la perspectiva adoptada en los análisis: creemos que tanto la participación, como otros conceptos (la multimedialidad y la interactividad) no deben considerarse como funciones existentes en sí, sino como resultado de estrategias enunciativas a diferentes niveles. No existen como valores absolutos y previos a la comunicación sino que son construidos semióticamente, a partir de los discursos efectivamente vehiculados por las redes digitales.

Este enfoque sigue estando en gran parte ausente de los estudios y los análisis de la comunicación para el cambio social, tanto por parte de instituciones como las ONGD, como en las aproximaciones teóricas. Afirmamos que por un lado, las organizaciones del tercer sector no llegarán a aprovechar por completo las posibilidades de la red, aunque haya acuerdo unánime en reconocer las ventajas que ofrecen, mientras no reconozcan y pongan en práctica estrategias discursivas adecuadas. Por otro lado, desde el ámbito de la investigación, abogamos por un acercamiento a los objetivos y a las herramientas del análisis del discurso, y por la contribución de la semiótica al estudio de comunicación en las redes contemporáneas, partiendo del análisis de los mecanismos enunciativos y las narrativas digitales que originan.

Los conceptos provenientes del marco teórico y metodológico de la semiótica (especialmente desde los estudios socio-semióticos), pueden aportar perspectivas novedosas a la reflexión y discusión sobre los retos comunicativos para los actores involucrados en el contexto de cambio social. Específicamente, la semiótica puede aportar claridad a algunos nodos conceptuales cruciales en el estudio de las prácticas comunicativas, centrándose en las Tics desde el punto de vista de la enunciación. Esto no significa abandonar una perspectiva interdisciplinaria⁷, necesaria para cualquier estudio que se proponga abordar las transformaciones comunicativas actuales.

⁷ Nosotros proponemos añadir al enfoque semiótico de la comunicación en red la ética informática y los estudios de software (software studies, Manovich, 2008)

Dada la multiplicidad de los factores en juego, esas transformaciones son demasiado complejas para ser reducidas a un enfoque unívoco. La multidisciplinaridad no conlleva sin embargo dejar atrás la vocación cualitativa del análisis socio-semiótico para abrazar de forma acrítica los métodos propios de otras disciplinas (Leone, 2011). Cuestionamos que hasta ahora no se haya reflexionado ni debatido suficientemente sobre cómo adaptar los conceptos y las metodologías semióticas al estudio de la comunicación en las redes, lo que incluye una interpretación del carácter discursivo de rasgos que se consideran axiomáticamente existentes a priori, como la interactividad o la multimedialidad. Sin duda no es un reto fácil, no obstante consideramos necesario (e inevitable) abrir las líneas de investigación en esta dirección.

Partiendo de los estudios existentes sobre la comunicación de las ONGD, que muestran cierta dificultad para definir su papel en la comunicación para el cambio social, proponemos considerarlos en paralelo con la comunicación de los movimientos sociales que se han ido formando en estos últimos periodos. Especialmente, nos interesa resaltar cómo la interpretación de estas movilizaciones ha estado marcada, sobre todo al principio, por cierto determinismo tecnológico (las llamadas “revoluciones de Twitter”), mientras se han dejado de lado algunos aspectos importantes, relacionados por ejemplo con la constitución de grupos de interés o multitudes, los contenidos de los mensajes intercambiados, las funciones enunciativas etc. Queremos subrayar que en las redes sociales la batalla por el control de la información, las maniobras de desinformación y la “guerrilla semiológica” se están dando en forma de apropiación de las funciones de “sujetos-enunciadores” a los que se confiere, o que se arrogan la autoridad interpretativa de los hechos y el liderazgo comunicativo (no obstante la presunta horizontalidad y acefalia de las redes). La construcción de la enunciación y el “reconocimiento” por parte de los otros usuarios (que pueden pasar de enunciativos a enunciatarios en la misma instancia, por ejemplo) de esta función, se juega a nivel de los valores compartidos a través de las redes. Valores que van a formar la reputación y la identidad (virtuales, en cuanto construcción del discurso) de los sujetos (tanto individuales como colectivos) de la que depende gran parte de la capacidad de destacar como guía en el proceso que va del discurso a la acción. Analizar entonces como se construyen estos valores desde el punto de vista del discurso y de las narraciones que se producen en red nos parece clave para la comprensión del poder transformador de la comunicación.

Dado que el campo de investigación en comunicación sobre los movimientos sociales contemporáneos constituye todavía un *work in progress* y su alcance teórico es comprensiblemente reducido, nos parece útil debatir las investigaciones existentes sobre las ONGD y el uso de las Tics como punto de partida de la reflexión, en cuanto actores que comparten los mismos valores para el cambio social.

2. MULTITUDES EN RED PARA EL CAMBIO TECNO-SOCIAL

Como hemos apuntado, la comunicación y el desarrollo han sido objeto de reflexión teórica tanto por parte de la academia como de los profesionales, especialmen-

te aplicada a las ONGD (dejando por ejemplo de lado el análisis de las instituciones públicas). En los últimos años, tanto en España como a nivel internacional, se ha debatido ampliamente sobre el papel de la comunicación, las conexiones con el resto de los actores presentes en la escena mediática y las aportaciones de las distintas herramientas (del marketing social al entretenimiento y los medios comunitarios) al desarrollo. Sin embargo, como señalábamos al principio, no se ha logrado constituir un marco teórico compartido y coherente:

se lanzaron propuestas teóricas de calado —en general vinculadas a la figura del Estado, que hoy se desdibuja—; se iniciaron experiencias de comunicación popular, tal vez alternativas, que produjeron avances sin los cuales hoy no podríamos comprender el presente; pero se estuvo lejos de conseguir plasmar un marco coherente que nos sirviera para comprender el protagonismo que lo comunicativo tiene en el devenir de lo social (Burgui y Erro, 2011: 5)

A esta falta de avances en la construcción teórica y metodológica nos referíamos al señalar como ha habido propuestas tanto teóricas como prácticas, y concienciación sobre el rol fundamental de la comunicación como objeto y sujeto de transformación (comunicar para transformar y transformar para comunicar, Marí: 2012) y sin embargo, estos planteamientos por parte de las ONGD pocas veces han logrado asomarse a los debates teóricos que estaban ocurriendo en la construcción de la disciplina a la que aquí nos referimos. La batalla por el control y el sentido de la comunicación no tuvo reflejo en la agenda de la primera cooperación (Santolino, 2011: 224), generando así un panorama donde prácticas, acciones y reflexiones han seguido vías paralelas que han dificultado participar en la fundación de ese campo teórico. Por este motivo, mientras se ha seguido avanzando en la conceptualización de la comunicación como pilar del desarrollo y del cambio social, las ONGD se han posicionado fatigosamente en este recorrido fundacional. Al mismo tiempo, estas organizaciones se han instituido como mediadores expertos en la construcción de los imaginarios y las narraciones sobre el mundo de la cooperación y la solidaridad, como muestran la mayoría de los análisis sobre los discursos de la cooperación, que se han basado esencialmente en las prácticas comunicativas de estas organizaciones (Nos Aldás, 2005; Saiz Echezarreta, 2009). Las políticas de comunicación en este sector se han discutido y ejecutado a nivel estatal e internacional, y los marcos teóricos se han elaborado a nivel académico, por lo cual las ONGD se han visto obligadas a reconducir sus prácticas y objetivos sobre estas vías, sin participar activamente —o haciéndolo con escasa fortuna— en la generación de las mismas.

Es importante tener presente estos antecedentes a la hora de situar la discusión sobre la forma en la que las tecnologías de la información y la comunicación, y la cultura digital, están influyendo en el sector de las ONGD, y sobre cómo estas organizaciones deben y pueden aprovechar, en este difícil momento histórico, las herramientas a su disposición para seguir desempeñando su papel en educación, sensibilización e interpretación de los temas relacionados con el desarrollo y el cambio social. Sobre todo porque en este universo fluctuante donde todos parecemos capaces de participar activamente en las transformacio-

nes corrientes, en cualquier rincón del globo y en cualquier momento, tal y como se celebra en la literatura sobre la sociedad de la información y la cultura digital (divididas entre las dos tendencias tecnófila y tecnófoba, Burgui, 2011: 85), los actores presentes en el espacio público mediatizado han aumentado notablemente, y se han mezclado las jerarquías de influencia y de poder (Mantini, 2009: 23). A tal nivel que cada vez resulta más difícil distinguir quién tiene derecho a la autoridad y quién la competencia para asumir el papel de guía y mediación en el cambio, así como percibir las trampas, escondidas detrás de nuevos gurús mediáticos.

Para las ONGD, en el contexto actual, la situación es compleja. En su doble papel de instituciones sociales y sujetos comunicativos, una estrategia eficaz por su parte supone promover y resaltar en su labor valores democráticos como justicia, libertad, igualdad, participación etc. Al mismo tiempo, desde otro punto de vista, deben perseguir el reconocimiento y el posicionamiento público como agentes fundamentales para este cambio (Burgui, 2011), como mediadores y facilitadores. Esta doble función hasta los últimos años no había creado mayores problemas, permitiendo a las ONGD configurarse como interlocutores de las instituciones públicas y privadas para la reivindicación de los cambios, en cuanto portadores de los intereses y portavoces de la sociedad civil. La masificación de las tecnologías de la información y la comunicación, como herramienta de empoderamiento tanto en las acciones como en la difusión de las mismas, ha introducido cierta contradicción, precisamente en el terreno comunicativo. Por un lado, se enfrentan a un contexto cambiante, donde las redes digitales tienden a eliminar las mediaciones y los mediadores (Mezza, 2002) y a fortalecer los principios de participación y de poder de las masas, valores promovidos por las ONGD. Por otro lado, esto implica cierta práctica autolesiva, ya que la promoción de estos valores supondría que las ONGD ya no son necesarias. Inevitablemente, estas organizaciones se encuentran al borde de una paradoja comunicativa evidente (similar al concepto de doble vínculo introducido por Bateson en psicología de la comunicación, Mizzau: 2002): por un lado, los valores del cambio social que defienden (la participación, el diálogo, la igualdad de las opiniones y el papel transformador de todos los sujetos involucrados, sin escalas de importancia), se realizan socialmente a partir de las posibilidades ofrecidas por las Tics, lo que, por otro lado, cuestiona su sobrevivencia como mediadores. Si no son capaces de superar de forma brillante este *impasse*, la paradoja conduce a que la única forma real de participación propuesta por las ONGD a los ciudadanos es a través de su cuenta corriente. Sobre todo desde que movimientos (aparentemente) espontáneos de dinamización del cambio y de canalización de la protesta, particularmente a nivel discursivo, se han posicionado mediáticamente como competencia de estas organizaciones, que se encuentran en una situación donde es

la complejidad de los procesos sociales lo que ahora emerge, cambiando las miradas y los criterios de todas las personas (profesionales y voluntarias) y de todas las instituciones (formales e informales, públicas y privadas, gubernamentales y no) que participan en los procesos de intervención social (Burgui, Erro, 2011: 7).

Hoy en día, hablar de comunicación y desarrollo significa salir de unos confines de acción tradicional, y mezclarse con el resto de las acciones, tanto locales como internacionales, que están influyendo, al mismo tiempo que se ven influidas, por las transformaciones en las formas de comunicar.

Sin embargo como demuestran algunos estudios, la mayoría recopilados por Víctor Marí (2007), y otros más recientes (Arroyo, 2011: 260; Marí, 2007: 459-467; Ramil Ferreira, X., 2012; Burgui y Erro, 2011), en general, las ONGD muestran cierta dificultad a la hora de apropiarse de prácticas dialógicas, participativas e interactivas ofrecidas por la web 2.0, que, por otra parte, forman parte de su voluntad de constituirse como agentes activos para el desarrollo y el cambio social.

Es en este punto donde los análisis teóricos en el ámbito comunicativo sobre el papel de las redes sociales en las recientes movilizaciones⁸ y las reflexiones de las ONGD coinciden. El eje de la cuestión reside en saber cómo pueden las redes sociales facilitar el cambio o al contrario reproducir viejas hegemonías discursivas; y específicamente cómo provocar y favorecer el cambio que va de la acción discursiva (la movilización y la protesta en la web) a la acción práctica (la movilización y la protesta en la calle) y de ahí a la transformación de la realidad. En definitiva, cómo se construyen y se hacen eficaces la protesta y la acción en la Red.

Los debates actuales, como destacamos antes, han identificado como valores añadidos ofrecidos por las redes digitales, con respecto a los medios tradicionales, esencialmente dos cualidades: la participación y la interactividad. En ambos casos, se han asimilado demasiado fácilmente las posibilidades tecnológicas de participar e interactuar con el ejercicio de un principio democrático y, por su parte la interacción se identifica con el mecanismo de relación entre sujetos. En la participación en el mundo virtual existen varios grados de intensidad, desde un “me gusta” en Facebook o re-twittear un tweet, hasta dialogar a través de chat o al participar en acciones de hacktivismo (como los ataques a sitios web), pasando por las consultas o peticiones colectivas (las campañas en Internet, como las de Actuable o MoveOn) y los debates en el ámbito de las ciberdemocracia. Al mismo tiempo, la interactividad como agente de democratización capaz de eliminar las desigualdades parece formar parte del conjunto de las mitologías de la cultura web de masas (para las críticas a las mitologías web ver Formenti, 2008: 242-244; Winner, 2012) más que tratarse de una realidad; en el mismo sentido, hay quien la considera sustituto perfecto de la interacción personal, si bien, desde nuestro punto de vista, sigue tratándose de una representación de la interacción (Manetti, 2008: 205 y Vittadini, 2003) y de un simulacro (Castañares, 2011: 79). Otro concepto importante, debatido especialmente en España debido al reciente proceso de aprobación de la ley relativa a las instituciones públicas⁹, es la transparencia, cuyo ejercicio se supone enormemente facilitado por las tecnologías digitales. Además,

⁸ Tanto en España como en las llamadas rebeliones árabes o el expansión a nivel mundial de los movimientos de protesta, como los varios movimientos Occupy.

⁹ La actual ley resulta ser bastante débil con respecto a las leyes existentes en Europa (y muy por debajo de lo exigido por la sociedad). Ver el análisis de la ley y el debate abierto por la Coalición Pro-Acceso y de Access-Info Europe, <http://www.access-info.org/es/coalicion-pro-acceso> [consultado el 3/05/2012].

se reclama como herramienta para la construcción de confianza y la creación de un discurso participativo en todas las fases de acción de las organizaciones (Santolino, 2011: 244; Castel, 2008), sin que se llegue a realizar plenamente. Hay que recordar que estos tres conceptos-clave en la comunicación contemporánea orientada al cambio social, corresponden a cualidades que existen sólo en el seno de las estrategias comunicativas, las lógicas de mediación y las construcciones discursivas llevadas a cabo por los agentes en el espacio público. Nos parece necesario abordarlos desde una perspectiva semiótica, ya que contribuyen a construir sentido en un espacio comunicativo, a hacer referencia a objetos de valor insertos en las narraciones discursivas que circulan en las redes.

Los estudios antes citados llegan a la conclusión que la mayoría de las ONGD, aunque hayan detectado las posibilidades ofrecidas por las nuevas tecnologías de la comunicación, y las utilicen para superar su inferioridad monetaria y de infraestructuras (Santolino, 2011: 232), en realidad caen en las trampas de una participación y una interactividad presupuestas por sistema (o “por defecto”), como corolarios derivados de la “tecnoutopía conservadora” (Marí, 2007: 457). Ello se traduce en el axioma práctico “participo ergo existo” (Seely y Adler, 2008 citados en Navajo, 2012: 46), incuestionado tanto en los procesos sociales en acto, como en la relación con el público destinatario de la comunicación. El resultado es que

Al calor de la popularización de Internet y de la omnipresencia de las tecnologías de la información en la vida social emerge un neodeterminismo tecnológico que tiende a situar a la tecnología como un factor previo, independiente y exterior a lo histórico, lo social y lo político” (Marí, 2007: 457).

Un influyente representante de la tecnoutopía, Lévy (2007: 186) afirma

El ciberespacio apunta [...] a un tipo particular de relación entre las personas, bajo los principios de interconexión, la creación de comunidades virtuales —construidas sobre afinidades de intereses, de conocimientos, compartiendo proyectos, en un proceso de cooperación o de intercambio, independientemente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales— y la inteligencia colectiva —como ideal del colectivo inteligente, más imaginativo, más rápido, más capaz de aprender e inventar que un colectivo inteligentemente dirigido.

Las ONGD, como cualquier otra organización que se enfrenta al reto de situarse como sujeto activo en el espacio mediatizado conformado por las tecnologías de la comunicación y la información, no pueden obviar, la conexión, tanto teórica (en un sentido epistemológico) como práctica, con los sujetos-agentes, con el concepto de comunidad virtual y de multitudes interconectadas, así como el análisis de sus mecanismos de funcionamiento y su capacidad de enunciación.

Abordar el asunto de las comunidades y las multitudes contemporáneas, cómo se definen y se configuran, es un objetivo imposible de alcanzar en este trabajo. Nos parece de todos modos preciso señalar que se recurre a este concepto en los análisis, en la literatura y en la práctica, tal y como se ha hacía en los primeros estudios (Rheingold, 2001), sin tener en cuenta los dos mil años de antecedentes (desde Platón, a Proudhon, Durkheim, Weber y muchos otros). En este esfuerzo de refle-

xi3n, parece ineludible plantearse c3mo recuperar la subjetividad de los actores. La novedad con respecto al pasado, es que los actuales “volcanes” que han incendiado las diferentes partes del globo bajo la forma de protestas ciudadanas mantienen en com3n una in3dita sinergia y coordinaci3n entre lo que las personas hacen en la red, lo que hacen en las plazas, y los valores pol3ticos que generan:

That suggests that even the most seemingly inconsequential applications and uses of innovations in networked computing [have to] be scrutinized and judged in the light of what could be important moral and political consequences. In the broadest spectrum of awareness about these matters we need to ask: Are the practices, relationships and institutions affected by people’s involvement with networked computing ones we wish foster? Or are they ones we must try to modify or even oppose¹⁰? (Winner, L. 15/01/2012¹¹)

Para aproximarnos al estudio de los sujetos discursivos involucrados en los procesos de cambio social, analizamos algunas cuestiones relativas a los movimientos sociales en Internet, con ejemplos derivados de la actualidad reciente, en la confianza de que puedan servir de gu3a y sugerir ideas y recorridos posibles.

Lo que nos parece importante recordar es que las acciones de estas multitudes o comunidades temporales en red se sit3an en un espacio p3blico mediatizado, donde los confines entre p3blico y privado son cada vez m3s “l3quidos”, y se configuran a trav3s de discursos y narraciones en espacios virtuales de intercambio (como son Facebook y Twitter). Pensar en los medios contempor3neos como herramienta contra-cultural y contra-hegem3nica, activada desde abajo, por parte de los movimientos sociales, conlleva elaborar formas narrativas eficaces y formas de representaci3n que permitan construir organizaciones, sedimentar tradiciones y estructuras (Formenti, 2012).

3. MOVIMIENTOS SOCIALES EN INTERNET

El ejemplo m3s famoso de “democracia m3vil” (Huckaby, 2010: 7) tuvo lugar en 2001, cuando la poblaci3n filipina se rebel3 contra la reelecci3n del entonces presidente Jos3 Estrada y se convocaron v3a tel3fonos m3viles las protestas que llevaron a su dimisi3n. Los textos de los sms variaban de “ven a EDSA 2 i”, “v3stete de negro para la muerte de la democracia” a “preparate para el enfrentamiento%”. En Espa3a, como se3ala S3nchez (2012: 55), el poder de las redes empieza a revelar su capaci-

¹⁰ “Esto sugiere que hasta las aplicaciones aparentemente sin consecuencias y los usos de las innovaciones en el trabajo en red con ordenadores, tienen que ser juzgados y escrutados a la luz de las importantes consecuencias pol3ticas y morales. En el amplio espectro de concienciaci3n sobre estos problemas, habr3a que preguntar: ¿las personas involucradas con los ordenadores influyen en las pr3cticas, las relaciones y las instituciones en la manera que queremos fomentar? ¿O en formas que deber3amos modificar o contrastar?” (traducci3n de la autora), ver <http://www.langdonwinner.org/>.

¹¹ Entrevista de Javier de la Cueva a Lagdon Winner, para el proyecto documental 15Mcc, disponible en <http://www.15m.cc/2012/01/conversaciones-15mcc-langdon-winner.html> [consultado el 03/05/2012].

dad movilizadora en el primer “pásalo”¹², mensaje (también sms) que en España se propagó de forma masiva entre los ciudadanos, en los días siguientes al 11 de marzo de 2004 (fecha de los graves atentados en la estación de Atocha, en Madrid), y que acabó en una protesta popular contra el gobierno (y contribuyó al cambio de partido en el poder en las inminentes elecciones). Sucesivamente, fueron el (supuesto) papel de Twitter y Facebook en Moldavia en 2009 (Salerno, 2011: 40) hasta en las “primaveras árabes”, el 15M en España y los varios movimientos “Occupy” en 2011 surgidos a nivel mundial, los que se constituyeron como foco de los análisis sobre la función y las posibilidades ofrecidas por las comunicaciones digitales. No obstante, sigue sin resultar claro, en estos acontecimientos, cómo se pasa de la función de “seguidor” (follower o fan) a la de agente activo. Sabemos que el uso de las redes sociales (y de Internet en general, cuya penetración se sitúa alrededor del 55% de la población en España, INE, 2011; CIS, 2011) sigue siendo minoritario, muy por debajo de medios tradicionales como los periódicos y la televisión, que permanecen como los medios “de confianza” por lo que concierne la información (De la Sierra y Mantini, 2011: 7). Además, estos mismos medios siguen concentrando la atención de la mayor parte de la audiencia, superando con creces a los variopintos canales de las ONGD, los movimientos o los medios alternativos y manteniendo un impacto mayor en cuanto a capacidad de (des)informar (Sánchez, 2012: 55).

Para este trabajo, consideramos interesante acentuar el carácter discursivo de la creación de los sujetos y observar las reacciones de ciertas “comunidades” que se generan alrededor de la construcción de las identidades de líderes, objeto de batallas informativas. Estas cuestiones resaltan en algunos ejemplos recientes de “guerrilla” semiológica, en los que se debatió la identificación de héroes o contra-héroes de la red. Un ejemplo fue la intencional operación de difamación de una de las cabezas visibles de la Plataforma para la Defensa el Agua pública de la Comunidad de Madrid, el promotor del referéndum popular, Ladislao Martínez, en un artículo publicado por *El Mundo*¹³ Operación no lograda gracias precisamente a la “contra-información a la desinformación”, que se propagó en tiempo real por las redes sociales, y gracias también a la zafiedad discursiva del autor del artículo. Desde el elocuente título “*Un terrateniente al frente de la marea azul*”, al subtítulo igualmente delator de la maniobra despreciativa (*El anticapitalista tiene fincas del tamaño de 15 Bernabéus*), el periódico conservador realizó una contra-acción discursiva con la intención de frenar la participación en el referéndum popular en Madrid y lanzar descrédito sobre todo el movimiento de protesta contra la privatización. Aunque no podemos analizar aquí detalladamente la construcción de la noticia, apuntamos sólo a la estrategia-marco de atacar a un movimiento a partir de sus componentes, o

¹² Subrayamos que normalmente se identifica la revolución digital con los ordenadores personales, sin embargo parece cada vez más claro que, gracias al proceso de convergencia digital, serán los teléfonos móviles de nueva generación (*smartphones*) los que tendrán un papel fundamental en la difusión de la comunicación en red a nivel global y en la transformación de la interacción, debido a su creciente e imparable difusión, incluso en los países subdesarrollados o en vías de desarrollo (ver África: “El renacimiento del acceso a la información” en

<http://ipsnoticias.net/print.asp?idnews=100628> [consultado el 03/05/2012]

¹³ <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/03/04/madrid/1330822542.html> [consultado el 03/05/2012]

mejor, de uno de sus líderes, estrategia a la que subyace una concepción personalista sobre la construcción de la identidad en la red y en los movimientos (mientras estos reivindican precisamente lo contrario). Un profesor de instituto, residente en el barrio de Tetuán y copropietario con otras tres personas de unos terrenos alrededor de Cuenca, acabó convertido por el texto mencionado en un terrateniente con “*otra vida*”, una de especulador inmobiliario (“*un céntrico piso de 134 metros cuadrados en una privilegiada zona de Madrid. Martínez lo compró en plena burbuja inmobiliaria, con el precio de la vivienda en su pico más alto y no está gravado con ninguna hipoteca. Es decir, pagó la casa al contado*”) y con propiedades millonarias, que contrastarían, según el periodista, con sus ataques anti-capitalistas. Lo interesante, para este trabajo, es resaltar cómo la desinformación (bien visible en los términos elegidos y en la construcción narrativa del artículo) se ha centrado en el plano de la construcción de la identidad de los actores (como son representados y como se autorepresentan), jugando con las identidades ocultas, a través de la narración del superhéroe convertido en supervillano¹⁴) y con la (libre) interpretación de hechos y datos. La otra faceta relevante ha sido la reacción inmediata de las redes¹⁵ a este intento, gracias a los comentarios¹⁶ y la indignación suscitada. En los tweets publicados y en los comentarios en la web de El Mundo, la audiencia desactiva la calumnia denunciando el intento de linchamiento mediático, contrarrestándolo con testimonios de primera mano del “actor” Ladislao Martínez (detrás del “actante” Ladislao, promotor del movimiento) que se oponen a la imagen presentada por el periódico. Esta batalla por el significado se juega en las redes (en este caso, en la web de El Mundo y en Twitter, además de blogs de opinión) y en el plano de la construcción discursiva. Lo que indigna a los usuarios de la red no es tanto la falsedad de los hechos, cuanto cómo se distorsiona la identidad de un líder de la lucha por un bien público para desmontar todo el movimiento de protesta, haciendo caso omiso de los vínculos de la comunidad que lo sustenta. Evidentemente, pasamos al terreno de las narraciones y del valor semiótico. Además, sirve para alertar sobre la peligrosidad de la viralización de la información (y de la desinformación), cuando no se

¹⁴ Otros ejemplos de esta estrategia son el bloguero Wael Abbas, que en Egipto ha estado expuesto a numerosas amenazas y a una “campana de desprestigio” dirigida contra él por parte del gobierno (con acusaciones que iban de “antecedentes delictivos”, a homosexualidad y conversión al cristianismo) y Julian Assange, CEO de Wikileaks, acusado de violencia sexual en Suecia después de haber publicado los famosos “cables”. A última hora, estando ya en fase de redacción este artículo, debemos añadir la perversa manobra de difamación del periódico La Razón contra los supuestos “cabecillas” de la protesta universitaria (en la portada del 8/05/2012), estudiantes culpables de haber convocado y organizado una huelga general en las universidades públicas españolas contra los recortes del Gobierno. El periódico usa los métodos de difamación clásicos, empezando por las fotografías formato carnet en portada (que recuerdan las de identificación carcelarias) y la descripción del “pasado oscuro” de los “malos estudiantes” que tienen un “pésimo curriculum y una clara vinculación con el PSOE y con otras formaciones de izquierdas”. Ver <http://www.larazon.es/noticia/3769-los-malos-estudiantes-agitan-la-educacion> [consultado el 10/05/2012]

¹⁵ En Twitter, con el hashtag #aguademadrid convertido en trending topic en unas horas desde la publicación del artículo <http://tweettrendings.com/trending-topic/%23aguademadrid/15096> [consultado el 03/05/2012]

¹⁶ Aquí pueden verse algunos comentarios en Twitter <http://topsy.com/www.elmundo.es/elmundo/2012/03/04/madrid/1330822542.html> [consultado el 03/05/2012]

logra injertar la semilla de la reacción comunitaria o, peor, se activa la comunidad en pro de un efecto no deseado.

Obviamente, es necesario no caer en el síndrome del “net-determinismo”, y del poder de las redes, porque cuando se pasa de denunciar una información o un discurso manipulador, a modificar la realidad, las cuestiones no son tan sencillas. Sánchez (2012: 56) cita otro ejemplo para recalcar la capacidad movilizadora de comunidades formadas por individuos anónimos y desconectados entre si fuera de las redes (como Hacktivistas y Anonymous): el movimiento de protesta contra la ley Sinde, que desde la web pasó a los otros medios y a la agenda pública. En un primer momento, de hecho, como relatamos en otro trabajo (Mantini, 2012), el hecho de posicionar en la agenda pública mediatizada la protesta en los días cruciales de la votación de la ley en las Cortes parecía una victoria de la movilización comunicativa que tuvo lugar esencialmente en Internet (en la votación del 23 de diciembre de 2011, la ley no logró aprobarse). Sin embargo, en los meses siguientes, la ley finalizó su proceso sin mayores complicaciones. Además, entrevistas con los periodistas que estuvieron en el congreso durante la votación (y, más importante, en los pasillos) y con abogados expertos en la materia, relataron que entre los diputados nadie se había dejado influir lo más mínimo por la protesta en Internet. Resulta de hecho que el primer obstáculo a su aprobación fue en realidad un desacuerdo en el traspaso de favores entre el PSOE y CyU (que finalmente en febrero lograron identificar la moneda de intercambio de los votos). Esto nos sirve para apuntar que en los análisis no deberíamos caer en el establecimiento de fáciles relaciones causales, especialmente en el terreno escurridizo de las tecnologías digitales. De todos modos, uno de los logros de esta larga campaña (todavía en curso) en contra de la Ley (gracias también a la creatividad de sus promotores¹⁷) ha logrado poner encima de la mesa el debate sobre la propiedad intelectual y la libre circulación de la cultura, ya que como señala Sánchez (2012, *ibidem*) casi todos los partidos políticos han incluido estas cuestiones en su programa (ver también el resumen de los programas electorales de los partidos políticos españoles en De la Sierra y Mantini, 2011: 8).

El 2011 y el 2012 nos han proporcionado otros ejemplos de grandes movilizaciones mediáticas a través de las redes sociales en Internet, como el asunto de Wikileaks. Se ha escrito mucho sobre todos estos acontecimientos en relación a los medios de comunicación de masas, a su capacidad dinamizadora, dinamitadora y difusora. Sin embargo, nos parece que no se ha subrayado suficientemente por un lado la importancia de la construcción discursiva de comunidades, reales o virtuales, en unos casos, pre-existentes a las movilizaciones de las protestas, en otros, que parecen ser creadas en contemporaneidad con ellas, y que subsisten, o no, después. Podemos decir que, generalmente, las comunidades no se crean desde cero, sino a partir de relaciones e intereses comunes previos. Y abordar la cuestión central de su capacidad de transformar los vínculos en acciones concretas, que lleguen a involu-

¹⁷ Pensamos en los vídeos difundidos en Internet, los banners de protesta (ver Activismo #2 en www.monografica.org) o recientemente la acción Wert de Enlaces <http://wertdeenlaces.net/index.php?lista> [consultado el 03/05/2012] que se llevó a cabo el 1 de marzo de 2012, primer día de entrada en vigor del reglamento de la Ley.

crar a más personas, requiere un análisis de la tipología de los discursos y del uso que las redes con este objetivo. La transformación de algo personal o interpersonal en algo colectivo (incluso referido a un sujeto-comunidad), ha de plantearse como un pasaje esencialmente enunciativo, que considere que es en ese momento cuando la comunicación se transforma en incidencia política (según la definición de *advocacy* de Jan Servaes, 2011). Este cambio es evidente en los tweets de Persianwiki en las protestas en Irán (2009), analizados por Salerno (2011: 45): el usuario pasa de la primera persona singular, en que relata sus experiencias en estos movimientos (desde su participación en la revolución de 1979) al nosotros, dependiendo de la función que asume. Este ha sido un problema siempre presente en los estudios sobre comunidades, y aún más ahora, dadas las características de las multitudes contemporáneas, vinculadas por relaciones virtuales y a menudo desvinculadas del espacio-tiempo de vida, y por lo tanto más difíciles de delimitar y definir. Abordar teóricamente el análisis de cómo se movilizan los individuos hasta convertirse en un sujeto colectivo en la red y luego “en la calle”, aunque momentáneo, aleatorio y temático, es sin duda complejo. Está claro que estamos viviendo en un momento histórico donde las tecnologías proporcionan enormes posibilidades, y al mismo tiempo condiciones antes desconocidas no exentas de riesgos y problemas. Lo que sí es factible e iluminador es analizar los discursos que circulan entre los sujetos para elaborar hipótesis sobre ellos y sobre cómo se construyen los asuntos (*issues*) en torno a los cuales se movilizan, se conectan y se coagulan esos sujetos. Para abordar ese estudio, es necesario revisar desde el enfoque de la socio-semiótica las perspectivas de estudio de las redes sociales digitales.

4. ALGUNAS CUESTIONES SEMIÓTICAS SOBRE REDES Y CAMBIO SOCIAL

Para analizar los fenómenos de movilización a través de las redes es necesario estudiar a fondo el papel de los medios de comunicación 2.0 orientados al cambio social desde un punto de vista socio-semiótico. Se trata de un marco relativo a las relaciones entre estrategias de movilización y formas semióticas y retóricas, que expresan y articulan procesos y transformaciones políticas (Montanari, 2011). Debemos precisar que las formas discursivas utilizadas para inducir a la acción, o sea el pasaje de la “interactividad a la interacción” (Vittadini, citado por Manetti, 2008: 205), no pueden ser separadas de las prácticas y las acciones mismas, puesto que, como apunta Montanari (2011) “el problema es establecer justamente este tipo de conexiones”. ¿Cómo se enciende la chispa que desde la comunicación en la red social pasa a la acción? ¿Cómo una multitud de individuos fuertemente vinculados a la red pero débilmente entre sí (como es típico de las relaciones humanas contemporáneas) llega a establecer lazos tales que los transformen en una comunidad y les lleven a movilizarse en la acción conjunta?

La cuestión aquí no es de *mediactivismo* (aunque pueda ser de aplicación práctica para ello), sino más bien de cómo abordar el proceso de mediatización a través de estas redes informáticas. Definida como una dinámica de participación de los

sujetos sociales en el entorno virtual (o no ubicado) de los flujos mediáticos, donde adquieren recursos cognitivos y simbólicos que les sirven para formar sus identidades y sus modelos cognitivos, éticos, estéticos, políticos (Peñarín, 2008: 67), la mediatización nos permite analizar la conexión entre la palabra y la acción –o, en otros términos, aquella capacidad de activación potenciada por el uso de los medios digitales en los que se construyen imaginarios y formas de representación comunes. Desde este punto de vista, la comunicación a través de ordenadores u otros dispositivos tecnológicos que median y representan la experiencia de la interacción con el otro no se diferencia de los otros medios. Sin embargo, puesto que “cada recurso tecnológico afecta en forma particular a las condiciones, la experiencia y los efectos de la comunicación” (Peñarín, 2008: 68), en el caso de las redes digitales es preciso indagar con atención cuales son los elementos que caracterizan estas prácticas de comunicación y como se articulan entre sí los diversos factores (tecnológicos, socio-culturales, semióticos). Siguiendo esta dirección de investigación, es preciso describir y analizar los vínculos espaciales, temporales y de relación que enmarcan los discursos inscritos en las tecnologías de la comunicación, para llegar a establecer cómo se instauran las conexiones que eventualmente activan los lazos comunitarios hasta convertirlos en movimientos, protestas, acciones.

Actualmente, lo que aportan los estudios de los movimientos sociales contemporáneos, como hemos apuntado, es que detrás de las que han sido celebradas como las “revoluciones de Twitter” había comunidades presenciales que estaban trabajando previamente¹⁸, personas que utilizaron sus contactos para compartir, difundir, movilizar, aportando sus propias redes y configurándose como mediadores. Estos, a través de estas redes “multiplicadas”, fueron capaces de traducir las acciones en palabras y las palabras en otras palabras que desde las comunidades directamente involucradas llegaron al resto del mundo, conectando las diferentes semiosferas entre sí (Lotman, 1985). Volvemos por lo tanto al concepto de comunidad al que nos hemos referido, esta vez no como sujeto sino en su función de conexión entre sujetos:

lo que se echa en falta es la conceptualización concomitante del espacio y de lo social, la indagación en las conexiones entre relaciones sociales, practicas espaciales, valores y creencias. La habilidad para crear, mantener, controlar el espacio [...] nos vincula a nociones de poder y necesariamente a cuestiones de autoridad, dominación, sumisión, rebelión, y cooptación (Jones, 2003: 64).

Es fundamental el estudio de estas conexiones, de cómo se representan y se discursivizan (cuales son los valores y los objetos narrativos en juego) a través de las redes y en el espacio digital, para tratar de identificar en qué manera los movimientos sociales y la sociedad civil logran adquirir el poder comunicacional/mediático necesario para apoderarse de la capacidad representativa y de la autoridad interpretativa que es propia de los actores institucionales (grandes corporaciones privadas, instituciones públicas de gobierno, medios de comunicación tradiciona-

¹⁸ Para saber más sobre estos antecedentes, aconsejamos la lectura de la publicación de Le Monde Diplomatique “Capire la primavera arabi”, editado por Le Monde Diplomatique/Il Manifesto (2012).

les). Nuestro objetivo no es delimitar o definir una comunidad a través de las redes, sino analizar los discursos de los varios actores circulantes en las redes, cómo se debaten y difunden los temas tratados, sus valores, objetivos y narraciones a partir de los cuales acaban (o no) constituyéndose en grupos o comunidades capaces de imponer su punto de vista, dar visibilidad a los asuntos elegidos y hacer oír su voz en la agenda mediática.

Si volvemos la mirada a las recientes olas de protesta, en Siria, Túnez o Egipto, en el movimiento de los indignados en España en mayo del 2011, o en el ejemplo, menos mediatizado, de la protesta en Moldavia en 2009 (la campaña “I am an Anti-Communist”)¹⁹, han surgido de comunidades pre-existentes que parecen haberse reforzado y haber adquirido un papel distinto en la interacción entre redes reales y virtuales.

Una comunidad se circunscribe en un lugar, el cual siempre incluye necesidades sociales y ambientales. No es algo a lo que te puedas unir, suscribirte a una comunidad del mismo modo en que te suscribes discusión en la red. Tiene que ser vivida. Está entrelazada, es contradictoria en todos nuestros sentidos. (S. Doheny-Farina, 1996: 37).

De ahí, el potenciamiento de sus discursos, ya que según la Ley de Metcalfe, las conexiones entre redes independientes crean un valor mayor de la suma del valor de las redes individuales, y según la Ley de Reed, si la red incluye la posibilidad de que los individuos formen grupos, el valor es exponencial. Nos encontramos en el terreno de las hipermediaciones (Scolari, 2008), donde las personas son invitadas a convertirse ellas mismas en medios de comunicación (*every person a broadcast* – como twitteaba Mousavi, destacado activista sirio) en un trabajo colectivo, aunque llevado a cabo por los sujetos individualmente a nivel discursivo, de traducción e interpretación (Salerno, 2011: 45). Estas interconexiones viajan en el tiempo y se expanden en el espacio: los indignados españoles habían seguido en las mismas redes²⁰ lo sucedido en Egipto y en Túnez, y éstos a su vez las revueltas en Siria, y han seguido mirándose mutuamente. Según Taibo (2011) uno de los factores que contribuyó al éxito del 15M fue precisamente la influencia simbólica proveniente del relato mediático de las revueltas árabes, junto con los ecos de las protestas de Grecia, Portugal e Islandia.

Los “portales de las revueltas” han mostrado sobre todo un gran trabajo colectivo: por ejemplo, de los sujetos enviándose información por medio de sus contactos, con las familias y los amigos en el extranjero; los sujetos que traducían en tiempo real los mensajes del árabe al inglés y ayudaban a interpretar los sucesos (Montanari, 2011). Según Salerno (2011: 44), en el caso de Irán (así como en España, ver

¹⁹ <http://www.wired.com/dangerroom/2009/04/inside-moldovas/>

²⁰ Una interesante características de las redes, que aquí no podemos analizar a fondo, es que el espacio del software, con las únicas distinciones lingüísticas, es el mismo, idéntico, y reproducible en todas las pantallas (móviles, tabletas, ordenadores). Y, aún más innovador, se puede simular el mismo tiempo físico, ya que se puede adaptar la hora según se quiera, como por ejemplo sucedió en Irán cuando, para crear más “rumor” y evitar la persecución de los bloggers y los tweeteros más activos, se pidió a la comunidad mundial de Twitter sincronizar la hora con la iraní.

Ferreras Rodríguez, 2011), la red de microblogging Twitter ha representado sin duda un eje fundamental de comunicación que ha permitido intercambiar informaciones a un número limitado pero creciente de personas. La cuestión interesante es que, analizando los mensajes publicados²¹, se encuentra un doble nivel de enunciación: los destinatarios (o enunciatarios) son los otros sujetos presentes en la red, que funcionan como simulacros para los sujetos que están fuera de ella. Twitter se convierte así en una herramienta de puesta en escena simbólica del conflicto y de la protesta. “Los mensajes se construyen teniendo en cuenta la existencia de una mirada externa que estos sujetos traductores convocan al interior del conflicto” (Salerno, 2011: 44). En este ejemplo podemos apuntar la característica multimediática de las redes digitales: podemos hablar de mirada (cómo nivel de producción de poder, concerniente a la apropiación simbólica y la subjetivación, Abril, 2007: 35), precisamente porque el medio es un texto verbo-visual con el que se puede interactuar en tiempo casi-real. Empezamos a detectar la complejidad semiótica de los discursos en el ciberespacio, que precisan una profundización de la articulación teórica.

Varios autores en 2011 y en 2012 se han aproximado desde el punto de vista de la narración a las protestas y los movimientos sociales en Internet. Abordando un análisis narratológico, Navarro y Matilla (2011) se acercan a los estudios de caso relacionados con las revoluciones del Norte de África y Oriente Próximo a partir de la perspectiva epistemológica del rizoma (convertida en metáfora genérica para todos los usos, lejos de las intenciones originarias de los autores del concepto, Deleuze y Guattari²²) para describir los formatos de “textos y contextos en la red”. En otro lugar utilizábamos el mismo concepto pero para explicar las posibles líneas de fuga y las posibilidades de transformación y cambio procedentes de la estructura rizomática de las hegemonías discursivas (Mantini, 2009: 112). Recuperamos entonces el hilo del discurso sobre el poder democratizador de las tecnologías de la comunicación, al que hemos apuntado al principio, como reto para las ONGD: si éstas no se encuentran unidas a una capacidad de representación, en sentido semiótico, y de construir relaciones de significación, el resultado es una reproducción de los discursos hegemónicos dominantes (Formenti, 2012). Los cuales incluso pueden hacerse más fuertes gracias al poder multiplicador de las redes sociales y a los límites indefinidos del ciberespacio, en un eco infinito que sale de un único centro.

Un elemento fundamental para potenciar los vínculos existentes en las redes digitales, que funciona como poder “agregador” de las multitudes que en ellas se relacionan, parece ser la misma estética tecnológica, por su capacidad de definición de la identidad, a partir de la inclusión en una comunidad que se mueve en un entorno tecnológico como usuario avanzado. La comunidad hacker, por ejemplo, pese al

²¹ El uso de este verbo no es casual, ya que lo que distingue Twitter de otras redes, como por ejemplo Facebook o Tuenti, es que no nace para intercambiar mensajes entre usuarios (estudiando el software se deduce claramente, tanto por el interfaz como por las posibilidades de interacción previstas), sino para compartir, con los otros sujetos en este espacio, opiniones, enlaces e informaciones (limitadas a 140 caracteres). De hecho, si se quiere instaurar un diálogo con un usuario en concreto, se puede hacer sólo públicamente (mientras por ejemplo Facebook permite el envío de mensajes privados - similares al correo electrónico).

²² Agradecemos a Gonzalo Abril este comentario, que compartimos.

individualismo extremo de los sujetos (donde prima la lógica del mejor, el más hábil informáticamente hablando), se sustenta sobre estas gratificaciones identitarias, que al mismo tiempo actúan de forma excluyente, favoreciendo una comunidad cerrada que potencia la pertenencia (Formenti, 2008: 269). De hecho, a las posiciones heréticas, no alineadas, se las castiga con la “excomunión”, y los movimientos sociales parecen haber heredado estos mecanismos de inclusión/exclusión²³. Analizando el movimiento político “Cinque Stelle” creado por el conocido cómico Beppe Grillo en Italia, Odoardi (2011: 64) destaca que el valor principal del actor colectivo es el resultado de la función catalizadora del blog: es la euforia (en sentido greimasiano) de la misma acción de interactuar a través de este medio, la pasión que genera el sentimiento de comunidad. De hecho, esta euforia se refuerza a través de la interacción de los mismos sujetos en múltiples plataformas informáticas (blog, Twitter, Facebook, MeetUp, Wiki), que multiplican las tipologías y las modalidades de interacción alrededor del mismo núcleo, que es el pertenecer al movimiento “Cinque Stelle”. La misma estrategia la vemos replicada en las articulaciones del 15M en España, donde los sujetos pertenecen también a distintas plataformas y redes de intercambio (en este caso, más alternativas y menos convencionales, como N-1, Mumble, Virtual Pol).

Obviamente, estos factores necesitarían un análisis más detenido: aquí nos limitamos a señalar superficialmente algunos elementos que nos parecen puntos de partida para el desarrollo de una reflexión semiótica sobre los movimientos en red para el cambio social. Otras funciones ejercidas por las redes, que refuerzan la comunidad, son la capacidad de *newsmaking*, a través de la cual los sujetos se convierten en productores de noticias (en la mayoría de los casos, difundiendo simplemente noticias leídas en los periódicos tradicionales o en los telediarios), y la remediación. Según Dusi y Speziante (2006: 11), una de las tendencias de la textualidad contemporánea nace del placer repetido, compartido en la red, de la deestructuración textual, como juego colectivo de reinterpretación. Un ejemplo que circulaba en las redes sociales (en este caso, en las listas de correos de las varias comisiones del 15M, otra interesante herramienta de comunicación y vinculación comunitaria) era el doblaje en clave de humor de la parte final de la película “El hundimiento”, inspirada a los últimos días de Hitler, que en ocasión de la conmemoración del 15M, se utilizaba para parodiar los hipotéticos discursos del presidente Mariano Rajoy. Buscando en la red, hemos encontrado que el mismo fragmento fílmico, ha sido usado en distintas ocasiones y en varios idiomas en formas que desde el 2009 circulan en Youtube²⁴.

En este artículo, como hemos señalado, proponemos una perspectiva semiótica orientada a identificar los objetos de las narraciones y las estrategias de representa-

²³ Véase por ejemplo el reciente cisma en el movimiento 15M, que llevó a la exclusión del movimiento de aquellos miembros (una minoría) que decidieron constituirse como asociación, contrariamente a la decisión asamblearia. Esta postura ha sido rechazada a tal punto de causar la “excomunión” de estos personajes heréticos del movimiento. Otra cuestión es como expulsar alguien de algo que no se autodefine una organización, sino una idea o una actitud vital.

²⁴ Aquí algunos ejemplos http://www.youtube.com/watch?v=8IQZ3_jumNM
<http://www.youtube.com/watch?v=VPoc0n3O2Wg&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=TgxTriha6wE&feature=related> [consultados el 03/05/2012]

ción de las relaciones y los sujetos. El análisis socio-semiótico no conlleva adoptar la teoría sociológica de las redes, en cuanto provocaría una extraña mezcla de marcos teóricos irreconciliables (Leone, 2011: 13). Nuestro punto de vista específico se concibe siempre como un exoinmanentismo crítico, transdisciplinario, donde los varios textos se consideran como una trama textual desde un enfoque intersubjetivo (Abril, 2009). Por lo tanto, el enfoque semiótico deberá construir su propio concepto de red, recuperando la subjetividad de los actores participantes y sus capacidades interpretativas, cognitivas y afectivas (Leone, 2009: 15). La semiótica de las redes sociales deberá entonces tratar de contenidos, relaciones e interconexiones entre las prácticas discursivas.

Para una semiótica aplicada al ciberespacio y a la cultura digital, especialmente en el análisis de las redes, debemos empezar por traducir e interpretar a partir del lenguaje semiótico los conceptos usados en la sociología de las redes y en informática. Aquí proponemos dos ejemplos, a partir de las definiciones de interactividad y de multimedialidad, ambas consideradas como características exclusivas y valores fundamentales de Internet y de los medios contemporáneos de masas. La interactividad en la red se suele identificar con el grado cero de la comunicación, es decir, con la comunicación presencial donde se verifica una interacción directa, donde los sujetos comparten y experimentan las mismas coordinadas de tiempo y espacio. Sin embargo, olvidamos que estamos cometiendo un “desliz terminológico” entre “interacción” e “interactividad” (la comunicación permitida por una configuración tecnológica constituida por redes de transmisión) (Vittadini, 2005). La interactividad puede así definirse como la propiedad de específicos instrumentos informáticos que permiten al usuario orientar el desarrollo de las operaciones etapa tras de etapa, casi instantáneamente.

La interactividad asociada automáticamente a los nuevos medios de comunicación de masas es un simulacro de interacción, porque nos debemos mover siempre dentro de unos esquemas, tanto informáticos como estructurales y semánticos, predefinidos por los diseñadores en primera instancia pero, sobre todo, por los sujetos que comisionan estos tipos de textos, el conjunto de sus remitentes ideales y reales (Mantini, 2009: 210).

Es decir, que la interactividad debe ser analizada desde las estrategias enunciativas, dentro del marco del mecanismo de la enunciación entre los sujetos. En este sentido, para aplicar el principio interdisciplinario y exoinmanentista que evocamos arriba, en este punto la semiótica puede incorporar ciertos estudios de software (Manovich, 2008) así como la ética informática, investigando los valores incrustados en el diseño de las herramientas (tanto hardware como software) que utilizamos. No existe diseño que no incluya un universo de valores, unas concepciones de la comunicación y de la significación –al igual que la ideología se gestiona y se actualiza a través de prácticas comunicativas y discursivas específicas (Abril, 2009: 133). En este tipo de comunicación los sujetos se alternan en las funciones de emisor y receptor en el intercambio (Manetti, 2008: 205), siempre en presencia de una figura enunciativa añadida: el sistema operativo. Las características del sistema definirán el marco de enunciación, los límites del contexto enunciativo, las funciones posibles

de enunciador y enunciatario, que pueden ser sujetos individuales o colectivos, así como la comunicación puede ser de uno a muchos, de muchos a uno, o de uno a uno (peer-to-peer). De ahí que se encuentren diferentes grados de interactividad (definida siempre como un simulacro de interacción): de la más baja (por ejemplo un sitio web, que permite dirigir con flexibilidad la lectura hipertextual, pero no modificar los contenidos ni las formas) a una mediana (un blog) a una alta (una Wiki). Es evidente que este punto merecería una reflexión más detenida (¿cómo se clasifica esta función del sistema, cuando además es fruto a su vez de un diseño de un ulterior enunciador, en un juego de cajas chinas, hasta el momento sustancial del lenguaje informático?), pero de momento nos interesa resaltar la dificultad de aplicar categorías semióticas como enunciador y enunciatario a las tecnologías digitales interactivas y el cambio de perspectiva que implica. Por ejemplo, a nivel enunciativo, Twitter y Facebook son radicalmente distintos, no solamente por la interactividad (Twitter en este sentido pone más limitaciones al usuario), sino considerando la totalidad del sistema. De las funciones permitidas y de cómo se nombran, derivan ciertas consecuencias para los valores compartidos: en Twitter se puede “seguir” (to follow) a otro usuario, sin que este conceda su beneplácito a aceptar un seguidor (“follower”), mientras en Facebook los usuarios son “amigos”, y si el sujeto se registra como usuario individual (o como grupo, con menos de 5.000 contactos), puede conceder o no su “amistad”. Además, se pueden enviar mensajes privados, chatear, etc. Al mismo tiempo, la página personal ha pasado a llamarse “diario”. Es interesante por ejemplo como ha resuelto esta cuestión (que parece reenviar a la delimitación entre la esfera privada y la esfera pública) Google+, la red social de Google, donde se pueden añadir contactos como amigos, seguidores, formar círculos etc., creando una escala de relaciones personales que reproducen los “círculos” (de hecho, se llaman así) sociales reales.

En otras palabras, el sistema operativo prefigura y está destinado a una tipología pre-definida de destinatarios ideales (o lectores modelos), cuyas características y valores están diseñados en el mismo software como parte de las potencialidades del sistema, y es en la interacción donde el destinatario define su identidad. El sistema funciona como “otro” enunciador (difícil reto definir esta función, y hasta nombrarla) porque fija las reglas de la interacción comunicativa y los usuarios no pueden modificarlas, o sólo pueden hacerlo según los distintos grados de flexibilidad programados en el sistema.

Según el mismo marco, la multimedialidad no es una característica fundamental de los medios digitales, dado que algunos pueden serlo y otros no. La traducción semiótica de la multimedialidad sería la categoría del sincretismo expresivo (Cosenza, 2005: 18; 2009: 229, tomada de Gréimas y Courtés, 1986). El texto sincrético es un texto donde los distintos lenguajes (desde el punto de vista de la sustancia expresiva, según Hijemslev, icónica, escritural, oral, musical, etc.) se organizan y componen desde la misma instancia enunciativa (o, diría Eco, remiten al mismo autor empírico), formando un conjunto coherente. Un texto se percibe como multimedial también porque supone formas comunicativas histórica, social y culturalmente determinadas por una tradición de uso de los medios (en la conversación oral intervienen la vista, el oído, el tacto..., si bien no se ha solido conceptualizar

como multimedia). La multimedialidad textual por lo tanto es también una construcción discursiva e implica una relación enunciativa, porque no se refiere solamente a la presencia de lenguajes yuxtapuestos, sino que la misma percepción, interrelación y representación de los medios remite a otros textos, tradiciones y medios, por lo que interviene una componente de intermedialidad que supone siempre una forma de interpretación y reinterpretación.

Esta traducción intersemiótica de dos conceptos como la multimedialidad y la interactividad nos recuerda que en las comunicaciones mediadas telemáticamente (como en los *social networks*) existe un fuerte desequilibrio a favor del sistema que media la comunicación entre los usuarios (Manetti, 2008: 210), mientras es capaz de simular una interacción presencial.

Para concluir, la reinterpretación de estos conceptos desde la teoría semiótica, puede cambiar la perspectiva del estudio de las redes sociales y de las comunidades/grupos/multitudes en red. Por un lado, se alinea a la corriente anti-determinista contraponiéndose a los simplistas (y peligrosos) postulados de los teóricos tecnófilos o tecnoentusiastas, provenientes de la sociología de la comunicación y de la teoría cyberpolítica. Por otro lado, nos permite ahondar en los mecanismos enunciativos que conectan los sujetos con las subjetividades construidas en las redes, al ampliar la investigación sobre las conexiones que se crean y se construyen entre los discursos de las diferentes comunidades, a partir de los cuales éstas pueden llegar a activarse. Este patrimonio analítico proporcionaría a los movimientos sociales y a otras instituciones como las ONGD, sobre las cuales hemos empezado a elaborar estas reflexiones, las herramientas adecuadas tanto para resistir, a golpes de guerrilla semiológica, a los intentos hegemónicos o hegemonzantes de las redes, como para utilizar mejor sus contenidos y principios de participación, diálogo y derechos culturales. Contribuiría por ello a enriquecer y reavivar el campo disciplinario de la comunicación para el cambio social, que se enfrenta a continuas transformaciones.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRIL, Gonzalo (2009): “¿Se puede hacer semiótica y no morir de inmanentismo?” en *I/C. Revista Científica de Información y Comunicación*, 6, Universidad de Sevilla, pp. 127-147

——— (2007): *Mirar lo que nos mira. Análisis crítico de textos visuales*. Madrid: Síntesis

ARROYO ALMARAZ, Isidoro, MARTIN NIETO, Raquel (2011): “La utilización de Internet en la comunicación expresiva de las ONG: Estudio exploratorio comparativo entre Argentina y España” en *Zer*. Vol. 16, N. 31, pp. 243-263

<http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/la-utilizacion-de-internet-en-la-comunicacion-expresiva-de-las-ong-estudio-exploratorio-comparativo-entre-argentina-y-espana/475> [consultado el 03/05/2012]

BARDI, U. (2011): *The limits to Growth revisited*. London: Springer

BÉNILDE, M. (2011): “Internet getta il seme della democrazia”, Egypto, en *Capire le primavera árabe*, Le monde diplomatique, pp. 26-27

- BIGI, Nicola; CODELUPPI, Elena (2011): *Viaggio nei social media. E|C Rivista dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, Serie Speciale, Año 5, Número 9, pp. 5-9 www.ec-aiss.it/.../call.../7_social_network_it.pdf [consultado el 03/05/2012]
- BURGUI, Teresa, ERRO, Javier (2011): "Comunicar haciendo solidaridad y cooperación en tiempos de la cultura audiovisual" en Burgui, T. Erro, J. (coords.) *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*, Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía. <http://www.laboratic.org/documentos.php> [consultado el 03/05/2012]
- BURGUI, Teresa (2011): "Qué oportunidades ofrece la nueva cultura digital a las ONGD en su condición de *entidades educadoras*" en Burgui, T. Erro, J. (coords.) *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*, Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía. <http://www.laboratic.org/documentos.php> [consultado el 03/05/2012]
- CASTAÑARES, Wenceslao (2011): "Realidad virtual, mimesis y simulación" en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 16, Madrid: Publicaciones Universidad Complutense de Madrid, pp. 59-81
- CASTEL, Antoni (2008): "Hacia una comunicación participativa de las ONG" en *Sala de Prensa, Web para profesionales de la comunicación latinoamericanos*, N. 105, Año X, vol. 4 <http://www.saladeprensa.org/art748.htm> [consultado el 03/05/2012]
- COSENZA, Giovanna (2009): "Narrazioni in rete", en R. Fedi e M. Francini, *I sentieri delle parole. Verso la letteratura*, Bologna: Zanichelli, pp. 310-317. <http://giovannacosenza.files.wordpress.com/2007/12/narrazioni-in-rete.pdf> [consultado el 03/05/2012]
- (2009): "Semiotica dei nuovi media" en Tullio Gregory (a cura de), *XXI Secolo. Comunicare e rappresentare*, Roma: Istituto dell'Enciclopedia Treccani Fondata da Giuseppe Treccani S.p.A, pp. 225-232. <http://giovannacosenza.wordpress.com/publicazioni/> [consultado el 03/05/2012]
- (2005): *Semiotica dei nuovi media*, Roma: Laterza
- DE DA SIERRA, Susana; MANTINI, Marina (2011): "Does media policy promote media freedom and independence? The case of Spain", Case Study Report, Mediadem Project, 7 Frame Programme EU, disponible en <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2012/01/Spain.pdf> [consultado el 03/05/2012]
- DOHENY-FARINA, Stephen (1998): *The Wired Neighborhood*. New Haven: Yale University Press
- DUSI Nicola, SPAZIANTE, Lucio (eds) (2006): *Remix-Remake: pratiche di replicabilità*. Roma: Meltemi.
- ESCOBAR, Arturo (2005): "El post-desarrollo como concepto y practica social" en Mato, D. *Políticas de economía, medioambiente y sociedad en tiempos de globalización*, Caracas: Universidad Central de Caracas
- FERRERAS RODRÍGUEZ, Eva Marí (2011): "El movimiento 15M y su evolución en Twitter" en TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación), Octubre - Diciembre 2011. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 1/13
- FORMENTI, Carlo (2012): Intervención en el encuentro *Informazioni di Parte. Per un nuovo mediattivismo tra disordine globale e narrazioni insorgenti*, Bologna <http://www.infoaut.org/index.php/blog/clipboard/item/3910-informazioni-di-parte-intervento-di-carlo-formenti> [consultado el 03/05/2012]
- (2008): *Cybersoviet. Utopie postdemocratiche e nuovi media*, Roma: Raffaello Cortina Editore

- GREIMAS, ALGIRDAS Julien y COURTES, Joseph (1979): *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette
- HUCKABY, Richard W. (2009): “Non Violent Paths to Social Change” en *e-Journal USA*, Volume 14, Numero 3, Washington: US Department of State
<http://www.america.gov/publications/ejournalusa/0309.html> [consultado el 03/05/2012]
- LATOUCHE, Serge (1986): *Faut-il refuser le développement? Essai sur l'anti-économique au Tiers-Monde*. París: Presses Universitaires de France
- (2006) : *La apuesta por el decrecimiento. ¿Cómo salir del imaginario dominante?*. Barcelona: Icaria/Antrazyt
- LEONE, Massimo (2011): “Reti di nodi e reti di segni. Lettera ai semiotici con il mal di mare” en Bigi, N., Codeluppi, E., *Viaggio nei social media. E|C Rivista dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, Serie Speciale, Año 5, Número 9, pp. 11-18
- (2009): “Prefazione”, in Id. a cura, *Attanti, attori, agenti: Senso dell'azione e azione del senso – Dalle teorie ai territori*, numero monografico di *Lexia*, nn. 3-4, pp. 11-28
- LÉVY, Pierre (2007): *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos
- LOTMAN, Yuri (1985): *La semiósfera*. Madrid: Cátedra
- JONES, Steven (2003): “Información, Internet, Comunidad: apuntes para una comprensión de la Comunidad en la era de la información” en JONES, Steven (ed.): *Cibersociedad 2.0*. Barcelona: UOC, pp. 21-55
- MALIGHETTI, Roberto (ed.) (2005): *Oltre lo sviluppo*. Roma: Meltemi
- MANETTI, Gianni (2008): *L'enunciazione*. Milano: Mondadori
- MANTINI, Marina (2012, en publicación): “Movimientos sociales en Internet. El caso de la Ley Sinde” En *Actas del XIV Congreso de la Asociación Española de Semiótica Los discursos del poder*, 23-25 de Noviembre de 2011
- MANTINI, Marina; SAIZ, Vanesa; DONATELLO, Elisabeth (2011): “Comunicación para el desarrollo: entre ética y estética” en *La ética de la comunicación al comienzo del siglo XXI*. Actas del I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, Universidad de Sevilla, pp. 232-233
- MANTINI, Marina (2009): *La comunicazione della cooperazione allo sviluppo: gli enti pubblici. Analisi discorsive dei siti web*, Tesis Doctoral, Università degli Studi di Bologna
<http://amsdottorato.cib.unibo.it/1407/> [consultado el 03/05/2012]
- (2009): “El sitio web como lugar de construcción del imaginario de la cooperación internacional al desarrollo” en ABRIL, Gonzalo: *El cuarto bios*. Madrid: Editorial Complutense, pp. 97-112
- MARÍ SAEZ, Víctor (2012): *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información, organizaciones sociales y comunicación desde una perspectiva de cambio social*, Madrid: Editorial Popular
- , Víctor (2012): “Aprendiendo a ser anfibios” en *#ParadigmÁTIC@s. Comunicación y cultura digital en las ONG de desarrollo*, Madrid: CONGDE.
<http://medialab-prado.es/article/paradigmaticos> [consultado el 03/05/2012]
- (2011): “El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios” en *Razón y Palabra*, 71.
www.razonypalabra.org.mx/N/N71/.../27%20MARI_REVISADO.pdf [consultado el 03/05/2012]
- (2007): “Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet” en *ZER*. Vol. 12, pp. 453-47
www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-23-mari.pdf [consultado el 03/05/2012]
- MEZZA, Michele (2004): *mediasenzammediatori.org*. Perugia: Morlacchi

- MONTANARI, Federico. “Il limbo e il furore. I portali della rivolta [online]”. En Parlare di Oggi. Número monográfico de Alfabet2, 10 de junio de 2011. Disponible en el sitio web <http://www.ec-aiss.it>. [consultado el 03/05/2012]
- MIZZAU, Marina (2002): *E tu allora? Il conflitto nella comunicazione quotidiana*. Bologna: Il Mulino
- NAVAJO, Pablo (2012): “¿Cómo lograr la implicación de la sociedad en las ONG en la nueva cultura digital, o viceversa?” en RAMIL FERREIRO, X. *ParadigmTIC@s. Comunicación y cultura digital de las Ong para el desarrollo*. Madrid: CONGDE, pp. 44-54
- NAVARRO, E., GARCÍA MATILLA, A. (2011). “Nuevos textos y contextos en la web 2.0. Estudios de caso relacionados con las revoluciones en el norte de África y Oriente Próximo” en *Cic. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 16, Madrid: Editorial Complutense, pp. 149-16
- NOS ALDÁS, Eloisa (2007): *Lenguaje publicitario y discursos solidarios*. Barcelona: Icaria/Antrazyt
- ODOARDI, Paolo (2011): “Discurso político y valores tecnológicos: el blog beppegrillo.it” en Bigi, Nicola y Codeluppi, Elena, eds. *Viaggio nei social network. Número monográfico de “E/C”, rivista online dell’Associazione Italiana di Studi Semiotici (AISS)*, n. 9. Palermo: E/C, 2011: 63-72
www.ec-aiss.it/monografici/9_social_network.php [consultado el 03/05/2012]
- PEÑAMARÍN, Cristina (2008): “¿Hay vida política en el espacio público mediatizado?”, en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación 13*, Madrid: UCM, pp. 61-78
- RAMIL FERREIRO, Xose (2012): “¿Cuál es el nuevo paradigma de la comunicación en el que nos movemos las ONG de Desarrollo?” en RAMIL FERREIRO, X. *ParadigmTIC@s. Comunicación y cultura digital de las Ong para el desarrollo*. Madrid: CONGDE
- REIG, Ramón (2011): “La crisis de 2008: el miedo como control y negocio ideológico-mediático” en Razón y Palabra. www.razonypalabra.org.mx/N/N71/.../3%20REIG-REVISA-DO.pdf [consultado el 10/05/2012]
- RHEINGOLD, Howard (1994): *Virtual Communities*. New York: Harper Perennial
<http://www.rheingold.com/vc/book/> [consultado el 03/05/2012]
- RIST, George (2002): *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Madrid: La Catarata- IUDC/UCM.
- SACHS, Wolfgang (1992) (ed.): *The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power*, London: Zed Books
- SAIZ ECHAZARRETA, V. (2009): *La solidaridad. Espacio de mediación de los sentimientos morales. Análisis de la publicidad de las Ongd*. Tesis doctoral. Madrid: UCM
- SALERNO, Davide. “‘Baseej have guns we have brains’. L’onda verde iraniana su Twitter”. En BIGI, Nicola y CODELUPPI, Elena, eds. *Viaggio nei social network. Número monográfico de “E/C”, rivista online dell’Associazione Italiana di Studi Semiotici (AISS)*, n. 9. Palermo: E/C, 2011: 39-50
www.ec-aiss.it/monografici/9_social_network.php [consultado el 03/05/2012]
- SÁNCHEZ, Juanlu (2012): “¿Qué caracteriza a los nuevos espacios en los que se deberán mover las ONG para seguir incidiendo en sus mensajes?” en RAMIL FERREIRO, Xose *ParadigmTIC@s. Comunicación y cultura digital de las Ong para el desarrollo*. Madrid: CONGDE, pp. 54-62
- SANTOLINO, Montse (2011): “Recuperando la esencia: las ONGD como agentes de comunicación para el cambio social” en BURGUI, T., ERRO, J. (coords.) *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*, Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía, pp. 221-256
<http://www.laboratic.org/documentos.php> [consultado el 03/05/2012]

- SEBASTIO, Marco. "Guerrilla semiótica 2.0. Le nuove forme civiche della contestazione sociale tra archetipi, marketing e social network". En Bigi, Nicola y Codeluppi, Elena, eds. *Viaggio nei social network. Numero monografico de E/C*, revista de la AISS, "Associazione Italiana di Studi Semiotici", n.º 9. Palermo: E/C, 2011: pp. 51-62.
www.ec-aiss.it/monografici/9_social_network.php [consultado el 03/05/2012]
- SERVAES, Jan (2011): "Comunicación e incidencia política para la construcción de la paz" en *IC- Revista Científica de Información y Comunicación*, 8, pp. 51-74
- (2002): "Approaches to Development Communication", París: UNESCO
- , Jan (2001): "Participatory communication (research) for social change: old new challenges" in *The Journal of International Communication*, 7:2
- SERVAES, Jan; MALIKHAO, Patchanee (2002): *Communication and Sustainable Development*. Background Paper for the 9th United Nations Communication for Development Roundtable
- TAIBO, Carlos (2011): *Nada será como antes. Sobre el movimiento 15-M*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- WAISBORD, Silvio (2001): *Family Tree of theories, methodologies and strategies in Development Communication*. New York: Rockefeller Foundation

RESUMEN

El texto analiza el papel de las redes sociales digitales y en general de las nuevas tecnologías en la comunicación para el desarrollo y el cambio social. El espacio público mediatizado está modificando profundamente los procesos comunicativos actuales, y los movimientos de protesta y reivindicación a los que estamos asistiendo a nivel global parecen estar estrechamente relacionados con las transformaciones tecnológicas. En este contexto, las ONGD se encuentran en una encrucijada, enfrentándose al reto de utilizar las tecnologías contemporáneas de la comunicación para seguir manteniendo su papel mediador en los procesos de cambio social. Analizando los estudios sobre los nuevos modelos comunicativos de las ONGD, resulta una cierta dificultad de adaptación a este nuevo contexto, especialmente en el uso de las redes sociales, que sin embargo parecen haber sido la clave de éxito de los movimientos como las primaveras árabes o el 15M en España. Siguiendo los estudiosos de las relaciones entre tecnologías y sociedad, identificamos las comunidades virtuales como concepto clave para el pasaje del discurso a la acción, en cuanto construcciones discursivas. Analizar los discursos de las redes sociales digitales significa situarse en el marco teórico y metodológico de la socio-semiótica, que, aportando su punto de vista en la construcción del sentido alrededor del cual se conforman las comunidades en la red, puede añadir puntos de vista inexplorados a conceptos como interactividad y multimedialidad.

Palabras clave: ONGD, Cambio Social, semiótica, redes sociales digitales, comunidades virtuales.

ABSTRACT

The text analyses the social networks and new technologies in the communication for development and social change. The mediated public space is deeply modifying current processes of communications: social movements of protest seem to be strictly related to technological changes. In this context, NGOs face a challenge, because they have to use contemporary technologies in order of keeping their function of mediation and guide in the social change path. Nevertheless, analyses of their communication practices show that they are in trouble especially with social networks participation, which on the contrary seem to have been a milestone in the current social movements and activism (i.e. Arab springs or the 15M in Spain). Following studies about technology and society, we identify the concept of virtual community like a key for the switch from the discourses to actions, considering communities as discursive buildings. Analyzing the discourses of social networks means to go into the socio-semiotics frame, as method and theory. Semiotics, which searches and analyses the making of sense, provides unexplored points of view about concepts like multimodality and interactivity.

Key words: NGOs, social change, semiotics, digital social networks, virtual communities.

SOMMARIO

L'articolo si propone di analizzare il ruolo delle reti sociali digitali (i social networks), e in generale delle nuove tecnologie, nell'ambito della comunicazione per lo sviluppo e il cambio sociale. Lo spazio pubblico mediatizzato sta modificando profondamente i processi comunicativi attuali, e i movimenti rivendicativi e di protesta ai quali stiamo assistendo sembrano essere strettamente legati a queste trasformazioni tecnologiche. In questo contesto, le ONG si trovano a un crocevia, dovendosi confrontare con le tecnologie contemporanee della comunicazione per poter mantenere il proprio ruolo di mediazione nei processi di cambio sociale. Analizzando le ricerche sui nuovi modelli della comunicazione delle ONG risulta patente una certa difficoltà di adattamento, specialmente per quanto concerne le reti sociali, che invece sembrano essere state fondamentali per il successo dei movimenti come la primavera araba o il 15M in Spagna. Seguendo gli studiosi delle relazioni fra tecnologie della comunicazione e società, arriviamo ad individuare un concetto chiave, quello di comunità, necessario per il passaggio dal discorso all'azione, considerando le comunità come costruzioni discorsive. Analizzare i discorsi delle reti sociali significa quindi situarsi nel quadro teorico e metodologico della sociosemiotica, che, apportando il proprio punto di vista nella costruzione del percorso del senso attorno al quale si conformano le comunità nella rete, può aggiungere interpretazioni inesplorate a concetti come interattività e multimedialità.

Parole chiave: ONG, cambio sociale, semiotica, reti sociali digitali, comunità virtuali.