

## Digitalidad y movimientos sociales: cuestionamientos para pensar un caso

Autor: Lic. Gandolfo, María Lucrecia

Becaria UNLP – FPYCS

[mlucreciagandolfo@gmail.com](mailto:mlucreciagandolfo@gmail.com)

### INTRODUCCIÓN

Si bien se parte de incipientes indagaciones de un proceso investigativo más amplio, el presente trabajo busca repasar algunos lineamientos teóricos a fin de discutir las transformaciones en las prácticas comunicacionales con la actual convergencia mediática. Se parte del objetivo último de cuestionar si éstas favorecen la colaboración, la organización y la participación de los sujetos en la arena social.

No obstante, y con la intención de describir las posibilidades que brinda el contexto de medios actual, se revisarán algunas perspectivas teóricas sobre los medios y la sociedad, partiendo de la postura que ancla la comunicación a la cultura.

Dado al avance de la digitalización a nivel mundial, producido en las últimas décadas gracias a la constante mejora de los dispositivos tecnológicos y el sistema de comunicación por internet, los medios digitales se plasman como mediadores culturales, que sin anular los otros, generan nuevas prácticas culturales que adoptan los sujetos para comunicarse. Consecuentemente, esto ha generado transformaciones en las pautas culturales contemporáneas. Por este motivo, tanto acciones de la vida cotidiana como comprar comestibles, pagar servicios o hablar con un familiar lejano, etc., o acciones de nivel macro, como la compra de acciones empresarias, se pueden hoy realizar sin necesidad de traslado.

En este sentido, es importante aclarar que las tecnologías que, en el presente trabajo, se entenderán separadas de una concepción instrumentalista, también serán desvinculadas de la idea de “nuevas”. Con dicha conceptualización se le está brindando al medio una categoría circunstancial, y se la separa de otras tecnologías (que también fueron “nuevas” en su momento). La distinción en todo caso, sería destacable si supusiéramos que un medio viene a suplantar a alguno de los otros, y esto no es así. Las tecnologías se imbrican, dialogan, se asocian, no barren a las precedentes.

Abordaremos las discusiones bajo el supuesto de que las tecnologías digitales de la información y la comunicación generan diferentes prácticas en los procesos de significación social. Sabemos que las transformaciones que proponen estas tecnologías tienen impacto en la vida cotidiana de las personas cuyas prácticas experimentan cambios que fundan nuevas maneras de estar en el mundo, estableciendo nuevos valores y legitimaciones.

Además, asumimos que Internet puso en debate la consideración de los sujetos de comunicación, en tanto las categorías unívocas como receptores, emisores, usuarios o consumidores quedaron desbordadas por este el formato participativo que la red planteó, abriendo discusiones acerca de las reales posibilidades que permite esta nueva forma de estar en sociedad y de la manera de formar parte de un colectivo con valores en común.

## **TECNOLOGIA Y POSIBILIDADES**

Respondiendo en particular a una investigación mayor, que propone trabajar con un movimiento social global que busca la transparencia en las cadenas productivas del sector textil, se indagará sobre las propuestas teóricas que abordan las tecnologías digitales de la información y la comunicación como mediadoras de los procesos de significación social y como posibilitadoras de acción colectiva.

Se hace necesario reconocer las transformaciones en las formas de estar en sociedad en tanto, para Jesús Martín-Barbero, la democracia participativa hoy, no puede pensarse fuera de los medios. Además, como plantea Christine Hine (2004), es importante desandar estos caminos, en tanto “Nuestras creencias acerca de Internet pueden tener consecuencias importantes sobre la relación individual que tengamos con la tecnología y sobre las relaciones sociales que construyamos a través de ella. Por esto mismo ella propondrá una metodología que permita comprender el funcionamiento de la tecnología en la cultura en que se inserta.”(p.16)

Particularmente sobre internet se asume su carácter social, ya que siguiendo a dicha autora, incluso las ideas acerca de Internet adquieren su forma socialmente y están estrechamente vinculadas a los contextos en los que se utilizan. Las diferentes posturas sobre las tecnologías habilitarán diferentes formas de utilizarla y diferentes formas de concebirla. Según Hine, todas las posturas sobre las tecnologías son significativas y aceptables. Ahora bien, de ello dependerá el rol que le demos en las maneras de construir nuestra forma de habitar el mundo.

Volveremos sobre esto, porque en el caso a analizar, indagaremos, si como dice Hine, lo que simbolizan las plataformas que se utilizan, las percepciones que el medio a analizar genera, determina o no su utilización final.

Estos interrogantes sobre las posibilidades que abre internet son interesantes y que, como plantea Andrew Feenberg (2001), el diseño de la tecnología se constituye como una decisión con consecuencias políticas. Si bien no estamos planteado una discusión en torno a las prácticas que corresponden al diseño de una tecnología, estamos abriendo debate sobre los usos y apropiaciones de una plataforma diseñada para internet.

Desde la postura de la teoría crítica, a la que pertenece Feenberg (2001) “La tecnología no es una cosa en el sentido ordinario del término, sino un proceso ambivalente de desarrollo suspendido entre diferentes posibilidades. Esta “ambivalencia” de la tecnología se distingue de la neutralidad por el rol que se les atribuye a los valores sociales en el diseño, y no meramente en el uso de los sistemas técnicos. En esta visión, la tecnología no es un destino, sino que es un escenario de lucha. Es un campo de batalla social en el cual las alternativas civilizacionales son debatidas y decididas.” (p.12)

Indagar qué se hacen con esas plataformas diseñadas con antelación, nos permite expandir el cuestionamiento sobre esa lucha desde el lugar de producción al del uso. Si la propuesta de plataformas tiene una promesa de sociedad y uso, la forma de utilizar las mismas determinará lo propuesto. Como dirá Feenberg (2001) “Lo que los seres humanos son o serán es decidido no menos por la forma de nuestras herramientas, como por la acción de los hombres de estado y de los movimientos políticos”(p.1) para ello, las indagaciones sobre los contextos de producción, y los marcos regulatorios también son importantes de poner en relación con el final uso.

Si bien para dicho autor, como para todos los teóricos críticos de la tecnología, debe explicarse cómo la tecnología moderna puede ser rediseñada para adaptarse a las necesidades de una sociedad más libre, indagar las prácticas que apuntan a mejorar la calidad de vida de miles de personas, mediadas plataformas digitales, las cuales se hayan cargadas de intenciones empresariales, como es el caso de la mayoría de las redes sociales nos permite repensar las prácticas en término de tácticas según diría De Certeau. Aunque delimitada por las posibilidades ofrecidas por las circunstancias, las tácticas no obedecen la ley del lugar. "No están definidas por el lugar. A este respecto, no son más localizables que las estrategias tecnocráticas (y escriturarias) que tienden a

crear lugares conformes a los modelos abstractos. Esto es lo que distingue a unas de otras: los tipos de operaciones en esos espacios que las estrategias son capaces de producir, cuadrricular e imponer, mientras que las tácticas pueden no sólo utilizarlos, manipularlos, desviarlos” (De Certau, 1996, p.36)

Haciendo esta distinción, nos acercamos más a la propuesta de Manuel Castells (2000), quien asegura que “las tecnologías están producidas por su proceso histórico de constitución y no simplemente por los diseños originales de la tecnología.” En el caso expuesto, no tanto en las discusiones en torno a los diseños, sino por las tácticas empleadas en la utilización de plataformas precedentemente diseñadas es donde se da la discusión por el sentido, donde se abre la batalla contra un sistema textil establecido.

Quizás, y sin intentar caer en un romanticismo tecnológico, indagar esas tácticas nos lleve a desandar un camino que afirme como indica Feenberg (2001) “Si el conocimiento científico y técnico actual es apropiado por el espíritu indicado, tiene entonces en sus manos los recursos para una reconstrucción radical de la herencia tecnológica.” (p.18)

## **PENSANDO UN CASO**

Como se dijo anteriormente este trabajo forma parte de una investigación mayor donde se indagan los usos que un movimiento social, que se desarrolla en nuestro país, le otorgan a las redes sociales. Me propongo en ese trabajo mayor, identificar el rol de las redes sociales en la constitución y el desarrollo de las iniciativas que abogan por un cambio social a partir del análisis de las estrategias utilizadas por la organización sin fines de lucro FashionRevolution Argentina para indagar en qué medida los modos de participación social se encuentran inevitablemente atravesados por el contexto tecnológico

FashionRevolution Argentina es la sede local de la Organización FashionRevolution que nació en Inglaterra luego de los hechos ocurrido en Bangladesh el 24 de abril de 2013, cuando se derrumbó un edificio de fábricas de ropa, conocido como Rana Plaza, que produjo más de mil muertes y más de dos mil heridos. El predio albergaba cinco fábricas textiles y provocó la muerte de 1.132 trabajadores, la mayoría mujeres entre 16 y 25 años con hijos y familia a su cargo. Los productos textiles de las mismas estaban destinados a distintas multinacionales del sector, en su mayoría procedentes en Europa y Estados Unidos.

Así, el objetivo del movimiento FashionRevolution, que hoy aglutina a 79 países, es la reforma de la industria de la moda exigiendo principalmente transparencia en las cadenas productivas, respetando a los recursos humanos, el ambiente y también a los consumidores; utilizando internet para generar conciencia y organizar movilizaciones y actividades.

Bajo el lema ¿Quién hizo mi ropa? (whomademyclothes?) el movimiento utiliza las redes sociales para invitar a los consumidores a preguntarles a sus marcas por la producción de las prendas. Con un mensaje claro, y diversas estrategias digitales (como la subida de fotos con el hashtag que se convirtió en trendingtopic #whomademyclothes y la “etiqueta” a las marcas, la socialización de contenido en las plataformas para generar debates en los diferentes países, entre otros), FashionRevolution pretende en los próximos 5 años crear un movimiento con logros concretos, que impacten en la desigual y dañina industria.

Como reza la organización en la red social LinkedIn “Somos una junta mundial de líderes que trabaja para una industria de la moda más transparente y sustentable. ¿POR QUÉ UNA REVOLUCIÓN DE LA MODA? El trágico derrumbe de Rana Plaza en Bangladesh el 24 de abril 2013 fue un síntoma de la ruptura de los vínculos entre la

industria de la moda y la industria textil. Hecho constituyo una llamada metafórica a las armas, que ha actuado como un ente catalizador para aquellos de nosotros que queremos ver un cambio y que así mismo demandamos a industria de la moda asuma un papel protagónico en lograrlo. Día de la Revolución de moda es una oportunidad para celebrar la moda como una influencia positiva, para crear conciencia sobre los problemas más acuciantes de industria de la moda, mostrando que el cambio es posible. Celebrando a aquellos que están en la tarea de crear un futuro más ético y sostenible para la moda. El día de la Revolución de la moda incentivara y movilizara las cadenas textiles, las tiendas de alta gama, los innovadores, pioneros, los medios de comunicación, el público, activistas, los fabricantes, usuarios - y todo el mundo.”<sup>1</sup>

Si bien el día de acciones coordinadas a nivel mundial tienen fecha el 24 de abril, día que ocurrió la tragedia, durante toda esa semana se hacen acciones concretas on y off line a lo largo de todo el globo. Esa semana se intensifican las acciones de divulgación y reflexión tanto digitalmente como no, y se mantiene durante todo el año la consigna “quién hizo mi ropa” en las redes sociales.

Partiendo de este objeto empírico, se mantendrá la intención de describir las posibilidades que brinda el contexto de medios actual indagando en profundidad sobre el lugar que ocupa la digitalidad en la emergencia y conformación de los movimientos sociales y sobre el modo en que las organizaciones se apropian de las TIC en la vida cotidiana.

Además, se discutirá si esto repercute en la construcción de la identidad del colectivo a analizar, la visibilidad y comunicación externa, así como también en los modos organizacionales, las potestades decisorias y las jerarquías.

---

<sup>1</sup><https://www.linkedin.com/company/3753941?trk=prof-exp-company-name>

Se intentará dilucidar si su implementación aporta al logro de objetivos propuestos y si promueve el involucramiento de más actores. Se busca abordar la apropiación tecnológica, indagando las estrategias digitales de la propuesta.

La importancia que se le brinda a la relación acción colectiva y apropiación de las tecnologías digitales, permite la pregunta por las posibles instancias de institucionalización de los espacios de participación mediados tecnológicamente.

Particularmente en nuestro país, existe el 80% de informalidad en la industria textil: “la cadena de producción y comercialización de la industria de la indumentaria en Argentina presenta una importante multiplicidad de actores. A su vez, la informalidad, que atraviesa a todo el sector, da lugar a una gran flexibilidad en el manejo de los negocios, que permite a algunos de estos actores acomodarse a los bruscos cambios en la demanda. En el extremo más vulnerable, no obstante, se encuentran los trabajadores, que invariablemente cargan con la mayor parte de los costos de la inestabilidad.”<sup>2</sup>

En este contexto y lejos de entender a las tecnologías como objetos acabados, se indagará sobre los usos y apropiaciones, entendiendo que los mismos cobran sentido cuando se cuestionan las relaciones sociales que le otorgan sentido, desde los contextos en los que se desarrollan.

Indagando en profundidad sobre el lugar que ocupa la digitalidad en la emergencia y conformación del movimiento social propuesto, y sobre el modo que dicha organización se propia de las TIC en la vida cotidiana, estaremos cuestionando el rol de Internet como medio de comunicación y fundamentalmente como forma de sociedad, esa sociedad que Manuel Castells denomina Sociedad Red.

Indagaremos sobre una comunidad de personas con intereses individuales pero reunidas por un valor en común. “Internet permite esa conexión saltando por encima de

---

<sup>2</sup><http://www.mpf.gob.ar/protex/files/2016/05/Talleres-clandestinos-Montero.pdf>

los límites físicos de lo cotidiano, tanto en el lugar de residencia como en el lugar de trabajo y genera, por tanto, redes de afinidades” (Castells, 2001, p.11)

Estas redes, construyen lazos que serán meramente electivos, que quizás no coincidan físicamente pero que se crean en base a una búsqueda, porque persiguen un objetivo en común. En este punto este trabajo se hace interesante, indagar el verdadero rol de internet en el desarrollo de interacciones que buscan una acción fuerte y la concreción de un objetivo común.

Como dirá Castells,(2001) “la mayor parte de los movimientos sociales y políticos del mundo de todas las tendencias utilizan internet como una forma privilegiada y de organización” (p.12) Ahora bien, a esta conceptualización que parece meramente instrumental, dicho autor agrega 3 rasgos fundamentales que caracterizan la interacción entre internet y movimientos sociales; y que nos servirán a fin de indagar nuestro objeto de estudio:

- Poseen un objeto concreto: FashionRevolution se organiza en torno la intención de crear conciencia sobre los problemas de la industria de la moda, mostrando que el cambio es posible. Para este fin “Internet es la estructura organizativa y el instrumento de comunicación que permite la flexibilidad y la temporalidad de la movilización, pero manteniendo al mismo tiempo un carácter de coordinación y una capacidad de enfoque de esa movilización” (Castells, 2001, p.13)

- Código cultural: Según dicho autor, los movimientos sociales se desarrollan en torno a códigos como es el caso de nuestro objeto que bregan por la transparencias de las cadenas productivas del sector textil. La importancia de internet en este caso, será

brindado por la transmisión instantánea de ideas que en un marco amplio posibilita la coalición y la reunión en torno a ese código.

- Relación local-global: aglutinados por una causa que inició la propuesta y que queda lejos de la realidad Argentina, la organización en nuestro país logra articular un pedido que atañe a mejorar las condiciones locales en tanto transparencia en las cadenas textiles de producción, con uno que pide lo mismo a nivel mundial.

Para indagar estos procesos, también será interesante tener en cuenta las consideraciones de Henry Jenkins (2008) sobre los sujetos de la comunicación, ya que según él, son ellos quienes llevan adelante las transformaciones en las prácticas culturales, convirtiéndose en actores fundamentales en el proceso de mediación, las conexiones de contenidos mediáticos y entre sus comunidades.

En este sentido se hace interesante rescatar las conceptualizaciones de Sergio Martínez Roldán(2011), quien retoma a Howard Rheingold al denominar a esos sujetos de la comunicación como multitudes inteligentes y al brindarle a las mismas el carácter de grupos de individuos que desarrollan movilizaciones colectivas gracias a las posibilidades de las tecnologías influyendo en el espacio público urbano. Si bien las tecnologías habilitan nuevas posibles maneras de habitar el espacio, los grupos sabrán cómo organizarse a escala novedosa para perseguir un fin común.

Estas conceptualizaciones se hacen destacable ya que también nos permiten pensar la hibridación online offline que repercute en las acciones que lleva adelante la organización en nuestro país, sin desconocer que la organización está fuertemente atravesada y hasta es posibilitada por las posibilidades que brinda la digitalidad de los procesos de significación.

## **ABRIENDO DEBATES SOBRE LA DIGITALIDAD Y LOS MOVIMIENTOS SOCIALES**

La propuesta de indagar la importancia de las plataformas en la organización de acciones en torno a un objetivo común que no conoce de fronteras permite indagar no sólo lo que simbolizan dichos espacios sino el uso concreto, cuestionando en qué medida el mismo está atravesado por las percepciones que del medio se tiene.

Como se propuso a lo largo de todo el trabajo, conceptualizar lejos del determinismo tecnológico, nos permitirá entender que las tecnologías no admiten una definición que las preceda. Las significaciones de la mismas están condicionadas por las prácticas sociales que le darán forma.

Además, los procesos que analizaremos mediados la misma no tienen caracteres de digital meramente en tanto “estas redes sociales, y las campañas que llevan a cabo, se tejen en torno a dinámicas comunicacionales para las cuales van desarrollando un entramado complejo de interrelaciones, flujos de información y mecanismos diversos de comunicación, que combinan lo digital con canales convencionales, evento presenciales y contactos personales” (León, 2005, p.5) que exceden a las prácticas digitales y dan forma a las mismas.

Se asume el carácter social de internet y se indagará las prácticas que posibilita pero también las especificidades del contexto en que se inserta

Será interesante indagar el caso propuesto en tanto la red social no sólo viene a proponer la fluidez del intercambio, importante para la escala en la que se maneja, sino que también organiza la propuesta, la misma parte desde ella y se basa en sus posibilidades para generar acciones y lograr objetivos. En este sentido, Leon (2005)

coincide con Castells al afirmar que “generalmente, la base de acuerdo de las campañas se limita a un tema específico, sin exigir el establecimiento de marcos ideológicos comunes (o si existen, es solamente en términos generales), lo cual facilita la creación de coaliciones amplias, donde pueden coexistir distintas perspectivas políticas e incluso contradicciones” (p.7)

Ahondaremos en estos cuestionamientos a fin de responder a la propuesta de Castells (2001) de que “Internet es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de internet y por lo tanto se amplifican y se potencian a partir de lo que son.” (P.9)

## **BIBLIOGRAFÍA**

de Certeau, M. (1996). La invención de lo cotidiano .Ed. IBEROAMERICANA  
Mexico

Feenberg, A. (1991) Critical theory of technology, Oxford: Oxford University  
Press. Versión traducida al español disponible en [www.hipersociologia.org.ar](http://www.hipersociologia.org.ar)

Hine, C. (2004) Etnografía virtual. Barcelona: UOC.

Jenkis, H.(2008) Cultura de la convergencia. Paidós. Buenos Aires

León, O., Burch, S. y Tamayo, E. (2005) *Movimientos Sociales y Comunicación*.  
Quito, ALAI. Versión digital disponible  
en:[http://alainet.org/publica/movcom/mov\\_soc\\_com.pdf](http://alainet.org/publica/movcom/mov_soc_com.pdf)

Martín-Barbero, J. (1987) De los medios a las mediaciones. Comunicación,  
cultura y hegemonía. Barcelona: Gili.

Martínez Roldán, S. (2011) Movimiento 15M: construcción del espacio urbano a través de la acción de las Multitudes. 2º Semestre Máster: Sociedad del Conocimiento y la Información Cultura, Comunicación y Sociedad.