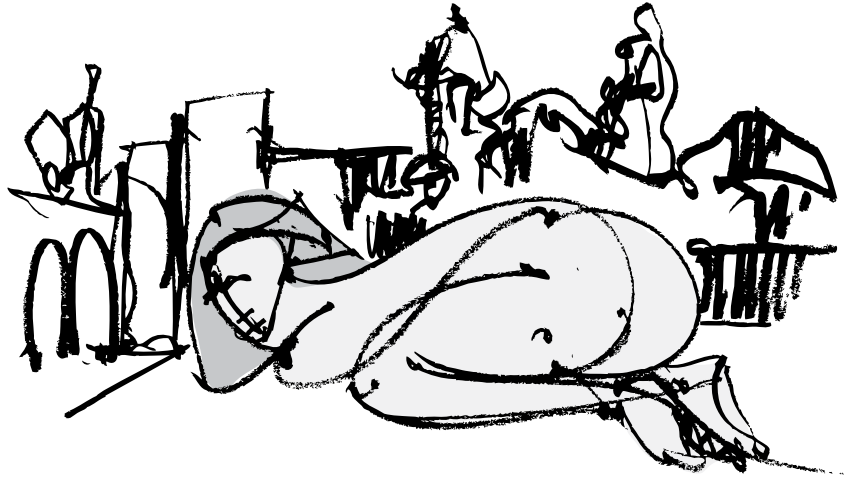


ONGización y performatividad de la sociedad civil

Carlos Lara González



Activismo mediático

En abril de 2003 la organización Artistas Asociados de Madrid invitó vía correo electrónico a manifestarse contra la guerra tiñendo de rojo (con tinta vegetal biodegradable) las fuentes de las ciudades para el primero de abril de ese año.¹ Hace un par de meses el portal you tube mostró a un grupo de jóvenes derribando y pateando las botargas del Doctor Simi en Tijuana. El 12 de diciembre de 2005 el entonces presidente Fox apareció en los medios de comunicación con cuernos sobre la cabeza, obra del joven infractor Santiago González alias “el roñas”, quien tuvo cerca al primer mandatario posando para una foto ante los medios, y no dejó pasar la oportunidad de hacerse visible e inmortalizar el momento.² En mayo de 2007 miles de personas acuden al llamado del fotógrafo neoyorkino Spencer Tunick al Zócalo de la ciudad de México para participar en un desnudo colectivo. Sigilosa, la gente llegó e impuso un record mundial. A unas cuadras de ahí, en el cruce de Reforma e Insurgentes, más de 600 campesinos autodenominados “Los 400 pueblos” se desnudan diariamente en protesta contra el ex gobernador de Veracruz, Dante Delgado. Se manifiestan con “lo único que tienen”,

con el cuerpo “para llamar la atención”, según Nereo Cruz, consejero del movimiento.³

En Alemania, cientos de personas protestan desnudos en contra de las políticas del G-8, mientras miles de individuos, también desnudos, lo hacen en bicicleta, paseando por varias ciudades a favor de los derechos de los individuos frente al automóvil. Las anteriores son las manifestaciones performativas características del nuevo activismo mediático que vivimos, buscan recuperar el espacio público cada vez más publicitado y acaparado por los marcatenientes mundiales.

En los últimos años el carismático líder francés Joseph Bové se ha convertido en un icono de la resistencia civil por sus constantes protestas contra la desigualdad, la libertad y la globalización.⁴ Sus actividades antimilitaristas lo llevaron a penetrar con 90 tractores los terrenos del campo de tiro de Larzac, evitando su extensión. Agricultor y defensor del medioambiente, Bové se ha opuesto a las políticas agrícolas impulsadas por la Unión Europea; su performatividad aumentó al unirse a Greenpeace con-

¹ En el correo difundido por la organización se sugería visitar la página www.amavi.es para obtener mayor información sobre el operativo que teñiría de rojo las fuentes de las ciudades.

² La difusión masiva de imágenes inconvenientes se está convirtiendo en un problema para las instituciones. Véase en you tube las imágenes que salieron de Alemania al mundo en las que el presidente francés Nicolás Sarkozy, luego de una reunión con el mandatario ruso Vladimir Putin, intentó dar una conferencia de prensa sin poder articular palabra, pues estaba en un evidente estado inconveniente. Imágenes que por increíble que parezcan fueron vetadas en Francia, la cuna de la libertad.

³ Los hombres llevan puesto un “taparrabos” con la foto del senador Delgado. Es importante considerar también los actos performativos de movimientos como el EZLN, que mediante su estrategia mediática se convirtieron en un movimiento de presencia global; el héroe urbano Súper barrio Gómez de la Asamblea de Barrios, los campesinos de San Salvador Atenco, los miembros del Frente Popular Francisco Villa que deciden crucificarse en público para ser atendidos en sus demandas.

⁴ De la misma manera que el documentalista Michael Moore se ha convertido en un icono de la performatividad en Estados Unidos, particularmente con su programa *The Awful Truth*

tra las pruebas nucleares ordenadas por Chirac en la Polinesia Francesa, pero más aún cuando al frente de sus seguidores en Millau, el 12 de agosto de 1999, desmanteló un McDonald's como protesta por el apoyo la OMC al aumento de aranceles en los EEUU, a algunos productos europeos, entre ellos el queso Roquefort producido por el propio Bové.⁵ Fue candidato presidencial en 2007. Pero estos casos de activismo mediático quedan eclipsados por la inmolación del campesino coreano Lee Kyung-hae, quien el 10 de septiembre de 2003 se suicidó en Cancún ante las cámaras de televisión, en protesta por las políticas de la OMC.⁶

La sociedad civil productora de la agenda

Los medios de comunicación se han vuelto ubicuos y universales, ya no son manejados en forma absoluta; la censura televisiva ha desaparecido, aumentando el activismo social. Las primeras imágenes del globo terráqueo visto desde el exterior no sólo se convirtieron en uno de los iconos hippies sino también en las generadoras de un movimiento ecológico mundial.

Actuaciones y programación mediática de artistas como Madonna y canales como CNN y MTV, mostraron un mundo diferente del otro lado del telón de acero hasta derribarlo. Rushkoff (2001) señala que en ese contexto las corporaciones mundiales vieron en los medios de comunicación, no el medio para vender otros productos, sino el producto más deseado. El abaratamiento de la tecnología generó un alto consumo de televisores, computadoras, faxes, videocámaras y otras máquinas culturales. La sociedad civil comenzó a utilizar los medios para producir cambios sociales con finalidades específicas; así, los estudiantes chinos de la Plaza de Tiananmen difundieron los enfrentamientos sostenidos con su gobierno enviando faxes a todo el mundo y los policías de Los Ángeles fueron captados por una cámara casera golpeando atrocemente a un ciudadano afroamericano, imágenes que se volvieron mundiales generando disturbios en varias ciudades estadounidenses.

Y que decir de Matt Drudge, un desconocido columnista que hizo algo todavía más osado. A través de la web difundió la información que los medios establecidos habían ocultado sobre la relación sexual del presidente Clinton con una becaria en la Casa Blanca, desacreditando mediáticamente al mandatario y sometiéndolo a una moción de censura en el Congreso estadounidense. Las audiencias dejaron de ser receptoras de información, se

convirtieron en productoras y difusoras de la misma. Para medir los alcances de la performatividad social en la actualidad y el uso que hace de medios como la web, considérese 2007 como el año en que se registrará el primer plebiscito mundial en el que los ciudadanos del mundo elegirán las nuevas siete maravillas del mundo.

Las preocupaciones comunes suelen ser una de las razones que generan cohesión social en la organización de los movimientos sociales. Su conformación en ONG reside principalmente en un interés profesional común, en acciones filantrópicas, o bien en la necesidad de respuesta al funcionamiento de un determinado grupo social. Rafael Segovia (2004) identifica el modelo de asociación civil profesional, filantrópica y de acción ciudadana; esta última es la más visible en la actualidad. Su ONGización y performatividad es proporcional a la concentración mediática de los megaconsorcios que manejan la información y el entretenimiento mundial.

Las McReglas

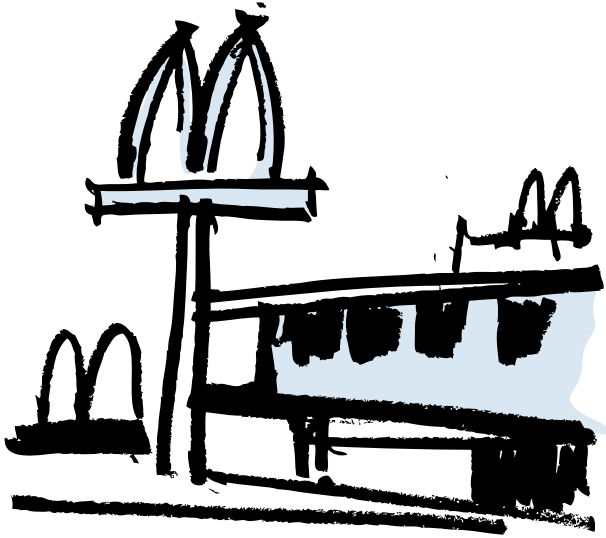
A mediados de los ochenta un grupo de analistas especializados en medios de comunicación predecían categóricamente que cerca de 90% de éstos, en todas sus modalidades, pasarían al dominio de 15 compañías (Shiller, 1993). El periodista y decano de la escuela superior de periodismo de la Universidad de Berkeley, California, Bed Bagdikian, terminaba una investigación que más tarde publicaría bajo el título El monopolio de las marcas.

Entonces eran 50 las corporaciones que controlaban la mitad de la industria de la comunicación. En 1986, al revisar el material para una segunda edición, eran sólo 29 y un conteo posterior daba cuenta de 26. En 2003 la sección Cultura y Desarrollo, de la División de Políticas Culturales y Diálogo Intercultural de UNESCO, constató que son siete firmas culturales que controlan los medios y el entretenimiento mundial. Concentran más de 80% de la producción y comercio de bienes culturales con utilidades millonarias. Hablamos de firmas como America Online (que absorbió a Netscape, al semanario Time, a Warner Bros y a la cadena de noticias CNN); General Electric (que se apropió de la cadena de difusión masiva NBC), o la News Corporation (que controla la cadena de televisión FOX, la red satelital Sky, los diarios ingleses The Times y The Sun, así como el The New York Post y es la principal productora de las películas de la 20th Century Fox). Considérese también la firma Microsoft de Bill Gates, reina en el mercado de los programas informáticos que está conquistando el de los juegos de video con su consola X-box, pues a través de su Corbis domina el mercado de la fotografía de prensa.⁷ ¿Qué significa esto? Primero, una amenaza para la diversidad, la libertad de expresión y la

⁵ A partir de este hecho Bové se convirtió en una figura internacionalmente conocida y controversial. Ese mismo año participó en las protestas de la cumbre de Seattle (N-30) y en 2001, en el congreso del Foro Mundial Social emprendió una acción en contra de un centro de producción de la multinacional Monsanto, acusada de producir ilegalmente semillas de soja modificada.

⁶ Cabe hacer notar que la autoinmolación como protesta se observó antes, con Thich Quang Duc, monje budista vietnamita que se suicidó quemándose vivo en una zona muy concurrida de Saigón, el 11 de junio de 1963, acción que sería imitada con posterioridad.

⁷ Hay que considerar que las cifras han variado debido a las cada vez más aceleradas fusiones y adquisiciones empresariales, tales como las realizadas recientemente por el magnate de los medios de comunicación Rupert Murdoch.



democracia, el control no sólo del vocabulario sino también del pensamiento; la apropiación del espacio público: las expresiones culturales dejan de modelar el imaginario social colectivo, será por eso que son el centro de gravedad más disputado en la actualidad (Getino, 2003).

De lo anterior dan muestra dos de las industrias en las que nuestro país ha dejado de ser un polo cardinal: la editorial y la cinematográfica. Luego del TLC, México se convirtió en un consumidor de lo que antes producía, las disqueras en las que grabaron cantantes como Jorge Negrete y Pedro Infante pertenecen ahora a industrias españolas que tienen en México un gran mercado asegurado. Lo anterior es en parte el resultado de una serie de combinaciones culturales generadoras de un sistema informativo transnacional que supo aprovechar el clima social pro-utilidades, anti-sindicatos y anti-responsabilidad social de la era Reagan (Klein, 2000).

Los dueños de las industrias culturales corren desde entonces libremente por las autopistas de la cultura y de la información, licenciados para explotar el mercado doméstico y consolidándose en el mercado internacional. En medio de este proceso se desdoblaron las bondades de la cultura para convertirla en poco más que una colección de extensiones de marcas.⁸ Se redujeron enormemente los impuestos a los empresarios, esto generó disminución de ingresos fiscales y degradó el sector público. Se redujo gasto público a escuelas, museos y emisoras radiofónicas, que optaron finalmente por asociarse con empresas priva-

⁸ Véanse los análisis sobre la industria cultural hechos por Horkheimer y John Thompson (2002), ambos dan cuenta de los intentos más constantes de los teóricos sociales y políticos por llegar a un acuerdo entre la naturaleza y las consecuencias de la comunicación masiva en las sociedades modernas, particularmente en el examen y el énfasis derivado del mismo, sobre la comunicación masiva y su impacto en la vida política y social.

das.⁹ UNESCO sabía de esta grave tendencia y a principio de los ochenta, antes de las grandes consolidaciones corporativas, elaboró un estudio en el que reflexionaba sobre la concentración del control y la subordinación de los artistas a las fuerzas del mercado. Sostuvo que la supuesta simetría de las teorías clásicas de la comunicación no debía ser remplazada por una concepción firmemente asimétrica “que refleje la influencia predominante del productor industrial de mensajes (o de los intereses que lo apoyan), quien finalmente dicta el canal a elegir, el contenido e incluso el gusto del consumidor para lograr el control económico o ideológico” (en Schiller, 1993: 58).¹⁰

Los McJobs¹¹

El diccionario británico recoge el término “McJob” desde 2001, bajo la acepción de “trabajo mal pagado, carente de estímulos y con pocas perspectivas de futuro”.¹² Esto ha desatado una fuerte campaña por parte de McDonald’s en el Reino Unido para cambiar esta definición.¹³ La transnacional es el primer trabajo de los jóvenes, la edad promedio de su personal es de 18 años y 90% de sus gerentes comenzó trabajando “en piso”.¹⁴

Hoy no se considera al comercio como parte del modelo económico mundial, sino como la infraestructura que todo lo engloba. La cultura, los derechos humanos, el medio ambiente, incluso la propia democracia tienen un valor comercial. No se trata de poner en tela de juicio el comercio de mercancías y servicios a través de las fronteras, pero tampoco de no querer ver sus efectos (Klein, 2002). Lo público es privatizado y desregulado bajo el sermón de la competitividad mundial, por lo que las definiciones de la OMC distan mucho de ser las reglas del comercio, lo que en realidad define el organismo es una plantilla única que medianamente funcione para to-

⁹ Industrias como Hollywood han crecido bajo este esquema impulsor de un sistema vertical de distribución: un mismo producto o servicio vendido por diferentes medios y en diferentes tiempos programados –las películas por ejemplo– a medida que cambia esa verticalidad en la venta de bienes y servicios, donde una empresa de telefonía ofrece también servicio de cable, internet y seguros de gastos. Es esta horizontalidad, producto de las fusiones corporativas, la que va concentrando el poder en menos manos.

¹⁰ Véase a Enrique Sánchez Ruiz (2000). El surgimiento de nuevos actores multinacionales, transnacionales e internacionales en el panorama geopolítico mundial. La construcción de grandes bloques económico-políticos asimétricos ha empujado a las grandes compañías a realizar alianzas estratégicas, mismas que parecieran un paradójico retroceso hacia un sistema regional.

¹¹ El término fue empleado por el sociólogo alemán Amitai Etzioni en the Washington Post en 1986 bajo el título McJobs are bad for kids. Fue popularizado en 1991 por Douglas Coupland en su obra Generación X.

¹² Para el vicepresidente de McDonald’s en el Reino Unido, David Fairhurst, esta definición debería cambiar y calificar el trabajo como “estimulante y gratificante, que ofrece serias oportunidades para progresar profesionalmente y proporciona habilidades para toda la vida”. La definición actual “está desfasada, carece de tacto y es insultante para sus 67 mil empleados en el Reino”, señaló.

¹³ La campaña consiste en recoger firmas en sus restaurantes y mensajes telefónicos para que sus clientes exijan el cambio a la Oxford University Press.

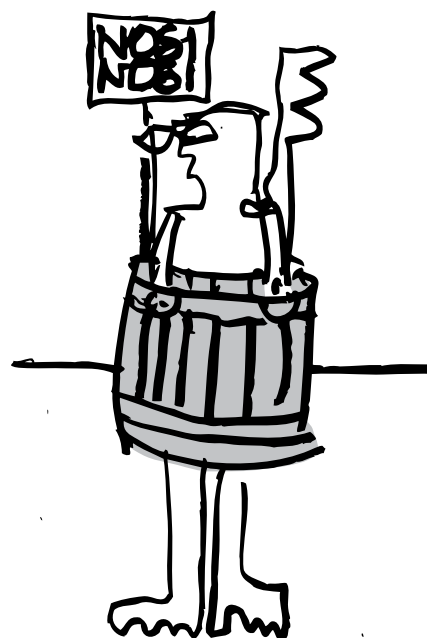
¹⁴ Revista Expansión 965. Súper Empresas 2007, 14 de mayo de 2007.

dos los gobiernos, una suerte de McRegla. Y esto hace necesario cuestionar la plantilla de los marcatenientes.¹⁵

Los movimientos que estas reglas han desatado, particularmente en la contracultura, son una especie de socialismo moderno en su base de acción y en ocasiones en su pensamiento político radical (Heath y Potter, 2005). Estos estudiosos del tema sostienen que la contracultura es un mito que ha inducido al error a un gran número de movimientos, cuyas consecuencias políticas son ya considerables. Sin embargo debemos reconocer y aprender de esas manifestaciones legítimas de descontento como espacio de resistencia contra la uniformidad. Aunque por otra parte, gran parte de lo que se considera radical, revolucionario, subversivo o trasgresor parece ya la categoría social con la que cuenta cada década para explicar lo revolucionario y subversivo que es respecto al sistema. Véase cómo este fenómeno se ha perfeccionado produciendo una versión subversiva de la cultura popular.

Cultura y performatividad

La cultura constituye en la actualidad el eje de un nuevo marco epistémico en el que la ideología y buena parte de lo que Foucault designó como sociedad disciplinaria (la educación formal, la medicina...) son absorbidas dentro de una racionalidad económica o ecológica, de tal forma que en la cultura y en sus resultados tienen prioridad la gestión, la conservación, el acceso, la distribución y la inversión (Yúdice, 2002). La cultura entonces puede promover la justicia social. Así lo han entendido algunos grupos ONGizados que en su afán por lograr una mayor capacidad de acción acuden a la performatividad.¹⁶ El performance es un acto de intervención, de irrupción; una traducción cultural que adquiere la dimensión política urgente y necesaria cuando se requiere simbolizar lo que estaba afuera para hacerlo circular adentro (Amescua, 2004).¹⁷ Así, el viaje de la globalización al cuerpo abre nuevos campos de interpretación; la performatividad representa la expresión y reflejo de una realidad, testimoniada individual o colectivamente, sintetizada y conceptualizada para ofrecer la posibilidad de una nueva mirada. De lo anterior sabe bien la izquierda cultural y quienes se adhieren a la justicia social con respecto a una variedad de grupos minorizados, convencidos de que se puede lograr una justicia social por medios culturales, sobre todo a través de la crítica a las representaciones parciales fundadas en las normas del statu quo. Utilizan el performance como



arquetipo dinámico y medio de expresión para recuperar un espacio público para todos. Su espectacularidad rompe los discursos establecidos y abre la puerta de la diversidad cultural, aunque por otro lado induce a la institucionalización de la justicia social en las ONG, lo que puede terminar por gubernamentalizar la contrapolítica echando mano de la solidaridad mundial latente en la web, pues si bien es verdad que la globalización comporta la difusión (principalmente comercial e informática) de los procesos simbólicos que impulsan de manera creciente la economía y la política, también su cualidad de conveniencia. Los intercambios materiales localizan, los políticos internacionalizan y los simbólicos globalizan (Malcom Waters, 1995). La performatividad de la sociedad civil ONGizada utiliza las ventajas de los intercambios simbólicos.¹⁸

Conclusión

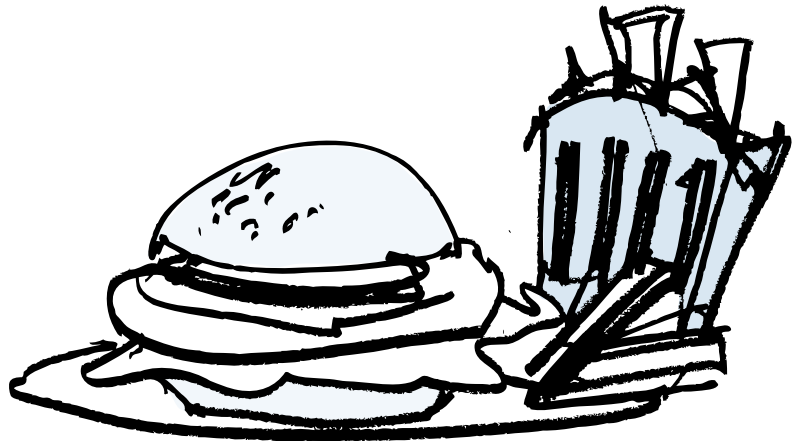
Es necesario que la ONGización performativa diferencie su interés por los problemas sociales de su teoría contracultural, abanderando lo primero y abandonando lo segundo, si lo que se quiere es una política democrática sustentada en el debate, la investigación, la coalición y la reforma legislativa. Los grupos que conforman la contracultura contemporánea global, visibles desde el boicot a la OMC en Seattle en 1999, sostienen un programa político respetable como primer etapa de reflexión. Consiste en exhibir a las multinacionales cuyo desarrollo comercial, poder y prosperidad están basados en la instalación ilegal de sus talleres de producción en países tercermundistas dispuestos a explotar a sus trabajadores. Reprueban esa tendencia orientada ya no a fabricar productos sino a construir el valor de una marca comercial con el apoyo total del Fondo Monetario Internacional y la Organización

¹⁵ El término McRegla es acuñado de la autora Naomi Klein en su obra *Vallas y Ventanas*, despachos desde las trincheras del debate sobre la globalización. Paidós, 2002.

¹⁶ La manera en que se practica cada vez más lo social. Hace un par de años, los habitantes de una comunidad chiapaneca, cansados por la indiferencia del gobierno, organizaron el primer aniversario de un bache, mediante una atractiva celebración tradicional.

¹⁷ Para la autora, el performance significa la parálisis del relato hegemónico, que al ser un acto de regeneración alternativo y nuevo, va más allá. No busca convertirse en central, sino mantener el puente entre el afuera y el adentro, habla media lengua para que lo subversivo de su naturaleza no sea domesticado.

¹⁸ Véase el trabajo de James Lull, *Supercultura para la era de la comunicación*, 2006.



Mundial del Comercio. Es prudente advertir los efectos de una globalización dominada por las marcas, instauradora de un mundo gobernado por empresas y no por gobiernos, un mundo en el que la expresión de nuestros valores e identidades es el consumismo y no la ciudadanía.¹⁹

En ese sentido, la tendencia desmedida del mercado a privatizar lo público ha sembrado la idea de que el Estado debe ser recuperado por la sociedad civil. La idea no es mala, siempre que se trate de una sociedad civil capaz de redescubrir, crear, desarrollar, difundir y asumir la cultura democrática; capaz de darse los instrumentos para hacerlo, ése es el desafío de la sociedad civil frente a la crisis del Estado, la política y la democracia en el mundo.²⁰ Dicho ejercicio, como el de la cultura, es una dimensión de la ciudadanía, un elemento básico para la cohesión y la inclusión social, generador de confianza y autoestima no sólo individual sino también colectiva entre las naciones, según sostiene la Carta Cultural Iberoamericana (2006).

La refeudalización del espacio público ha motivado diversos estudios sobre miles de movimientos antiglobalización, protestas urbanas y boicots de todo tipo, pero no ha impulsado investigaciones sobre aquellos movimientos que dan cuenta del esfuerzo que hacen los ciudadanos que trabajan a través del gobierno. Y falta esa mirada. **B**

¹⁹ Véase Kalle Lasn en Culture Jam, How to Reverse America's Suicidal Consumer Binge And Why We Must, EEUU, 2000.

²⁰ José Antonio Marina y María de la Válgoma, sostienen en su obra, La lucha por la dignidad (2000) algo que podría parecer absurdo: la aplicación universal de una constitución, elaborada y discutida por expertos, juristas, políticos y pensadores y votada por el pueblo. [La Constitución Universal] que incluiría las bases de un Código penal internacional, de un Código civil común y una Ley fiscal comunes. Dicho instrumento impulsaría, según afirman los autores, una redistribución mejor de la riqueza y una ayuda a las regiones deprimidas. Se trata, dicen, de hacer residir la soberanía en todos los miembros de la especie humana, como el único modo de legitimarla.

Bibliografía

- Carta Cultural Iberoamericana, XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, Montevideo, Uruguay 4 y 5 de noviembre de 2006.
- Getino Octavio. (2003). "Las Industrias Culturales: Entre el Proteccionismo y la Autosuficiencia. En Pensar Iberoamérica". Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Revista electrónica de Cultura, 4.
- Joseph Heath y Andrew Potter. Rebelarse vende, el negocio de la contracultura. Editorial Taurus, España 2005
- Klein, Naomi. No Logo, El Poder de las Marcas, Editorial Paidós, España 2001
- Klein Naomi. Vallas y Ventanas. Despachos desde las trincheras del debate sobre la globalización. Editorial Paidós, España 2002
- Marina, José Antonio y De la Válgoma María. La Lucha por la Dignidad. Editorial Anagrama, España 2000
- Segovia, Rafael. "Movimientos Culturales, de la afinidad a la lucha de la sociedad civil". En Los Retos culturales de México, UNAM, Cámara de Diputados. Serie Conocer para Decidir. México 2004
- Amescua Cristina Todos somos una puesta en escena. En Los retos culturales de México, UNAM, Cámara de Diputados. Serie Conocer para Decidir. México 2004
- Schiller, Herbert. Cultura, S.A. La Apropiación Corporativa de la Expresión Pública. Editorial Universidad de Guadalajara, México 1993
- Yúdice, George. El recurso de la Cultura, usos de la cultura en la era global. Editorial Gedisa, España 2002
- UNESCO. Sección Cultura y Desarrollo, de la División de Políticas Culturales y Diálogo Intercultural de UNESCO, París, 2003.