

Tendencias

Líderes sociales con los valores del presidente electo de Estados Unidos

JAUME V. AROCA
Barcelona

En España no hay un discurso como el de Obama, no hay iconografía Obama y no hay, sobre todo, ningún vehículo político Obama". Categóricamente, el profesor José Luis Álvarez, que ha consagrado su trabajo al estudio del liderazgo, descarta que el modelo del político norteamericano sea extrapolable a la arena española. Sin embargo, este profesor de Esade en Madrid sí admite, aunque sólo parcialmente, que pueda haber en la sociedad española personas, líderes profesionales o sociales que encarnan de algún modo el cambio que se intuye con Obama. Todavía difuso, embrionario y probablemente vinculado a una élite. Gente que viaja a menudo, que domina idiomas y se forma continuamente.

La generación Obama: ciudadanos que se identifican con un cierto patrón que pasa ineludiblemente por la red social. Una de las grandes novedades aportadas por la estrategia política de Barack Obama es que ha dejado de utilizar internet sólo como un instrumento de difusión de su información. La campaña del líder demócrata ha funcionado como la red. Es la red. No en vano uno de los fichajes de la campaña demócrata ha sido Chris Huges, un joven de 24 años, fundador, junto a otros colegas, de Facebook. Un término que resultará del todo familiar a los menores de cuarenta años y probablemente desconocido para la mayoría de más edad. Facebook es la red social más popular de internet. Uno lanza al universo digital sus gustos, sus intereses, sus aptitudes y logra encontrar a gente afín en cualquier lugar del planeta.

La revista *Wired* cifró en 1,5 millones el número de voluntarios que han trabajado para la causa de Obama a partir de esa exitosa estrategia. Barack Obama tiene 47 años pero ha logrado arrastrar el voto de millones de jóvenes votantes que, por primera vez, acudían motivados a las urnas. Es una de las claves de su éxito.

Pero la contrapartida es la transversalidad, lo opuesto a la jerarquía que caracteriza los aparatos políticos, particularmente a los europeos. "En las últimas dos semanas de campaña Obama no utilizó la plataforma del Partido Demócrata para nada. Se sostuvo en la red, que trabajaba por su cuenta no sólo para la captación de electores

Generación OBAMA

La conciencia social en red cambia las reglas del juego

Barceloneses, de entre 40 y 50 años, innovadores en su sector



Ignasi Carreras
Dir. Instituto de Innovación Social (Esade)

■ "Me interesa esa visión que emana del discurso de Obama: desde la sociedad civil se pueden afrontar grandes retos sociales globales que, sin embargo, requieren soluciones locales, utilizando capacidades dispersas que se aglutinan y se convierten en causas fuertes a través de la red".



Josep Santacreu
Cons. deleg. de DKV y presidente de Integralia

■ "Lo que más me acerca al futuro presidente de Estados Unidos es su propia trayectoria. Me interesa su origen como activista social. Yo empecé a trabajar en una ONG vinculada al mundo de la salud y a África. Y me llama también la atención su esfuerzo para mejorar su propia formación".



Anna Soler-Pont
Agente literaria, directora de Pontas

■ "En todos los discursos de Obama he escuchado aquellas ideas que desde muy joven me han impulsado a trabajar con vocación internacional: entender un mundo en el que podemos convivir en paz, sin que importen razas, culturas y sin que unos se aprovechen de otros. Ahora falta que los discursos se hagan realidad".



Vuela con **Austrian** y **Viatges Marsans**

BELGRADO	410€	<i>Ida y Vuelta</i>
SOCHI	612€	<i>Ida y Vuelta</i>
ASTANA	811€	<i>Ida y Vuelta</i>
SOFIA	310€	<i>Ida y Vuelta</i>

Tarifas con origen Barcelona. Periodo de compra hasta el 30 de Noviembre de 2008. Salidas hasta el 15 de Diciembre de 2008. Vuelos con escala en Viena. Precios de ida y vuelta en clase turista sujetas a disponibilidad de plazas. Tasas, impuestos y gastos de emisión aplicables en marsans.com incluidos. Consulte condiciones de la tarifa y gastos de emisión aplicables en las oficinas de Viatges Marsans.

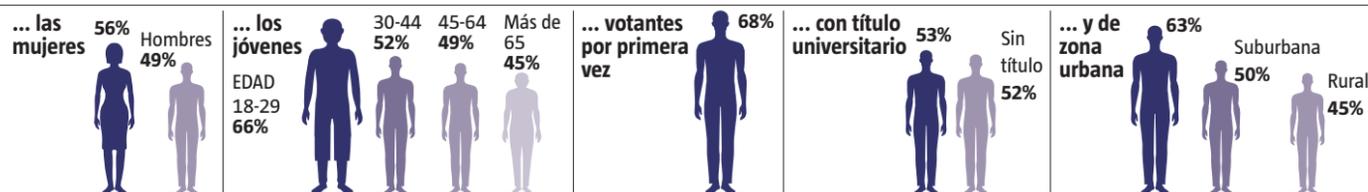


902 30 60 90

www.marsans.com



A OBAMA LO HAN VOTADO...



y dinero sino en la generación de ideas. Ningún debate era cerrado, las ideas estaban y están en permanente elaboración en la red”, explica Antoni Gutiérrez-Rubí, un experto en comunicación que se ha especializado en la relación política-internet. Nadie tiene respuesta por ahora a cómo se trasladará esa estrategia a la Casa Blanca. O si morirá al cruzar el umbral de la avenida Pensilvania de Washington.

“Internet 2.0 pone en valor a cada individuo. Cada persona cuenta”, sostiene Marisol García, directora de la Fundación Chandra, una red consagrada al sector social en España, “pero eso no implica que desaparezca el líder porque el líder crece del apoyo de toda esa gente. En contrapartida le exige total coherencia”.

Marisol García podría ser un ejemplo de la generación Obama. Algunos valores básicos compartidos: la convicción del cambio climático. Para esta generación es una realidad incontestable. Y es preciso actuar entre otros motivos porque la dependencia absoluta de los combustibles fósiles ha desperdiciado y ocultado enormes posibilidades de innovación. En segundo lugar: responsabilidad social. Todo lo que hacemos tiene consecuencias sobre el resto de los individuos y por lo tanto es preciso actuar conscientemente. En tercer lugar: la cultura y la creatividad son imprescindibles. Por último: los valores. “Hay una mística en los discursos y en el modo de comunicar de Obama. Algo trascendente invade los mensajes. Es-

tal vez está fomentado por una cierta puesta en escena. Uno de los primeros asesores del candidato fue un esecrógrafo. Pero eso no le resta naturalidad porque en definitiva describe un punto de conexión con el electorado. Es lo que la gente le reclama”, señala Gutiérrez-Rubí.

Uno de los paradigmas de la era neoliberal a la que Obama tiene la oportunidad de dar carpetazo es el declive del capital social teorizado por Robert D. Putnam. La disolución de los mecanismos de apoyo mutuo que habían caracterizado a la sociedad norteamericana tradicional. Un fenómeno al que, con todos los matices locales, no es ajena la sociedad europea, y española. La red da una nueva visión al problema y también nuevas soluciones. El voluntariado forma parte de la declaración programática de la generación Obama. Hacer algo más al salir del trabajo porque no todo es el trabajo. O aún un paso más allá: unir de un modo coherente la actividad profesional con los propios valores.

La consolidación y la influencia de las organizaciones no gubernamenta-

EN ESPAÑA

No hay políticos asimilables, los Obama están entre los científicos, los activistas sociales y los profesionales

ESTRATEGIAS

El equipo de campaña del presidente electo fichó entre sus asesores a uno de los fundadores de Facebook

les tiene mucho que ver con ello. “Las ONG han demostrado su capacidad transformadora fuera de la política tradicional encerrada en sus propios aparatos –relata Ignasi Carreras, director del Instituto de Innovación Social–, buscan el poder en la influencia y la movilización. Pero hay que ser realistas, el problema –describe Carreras adentrándose en el lado oscuro de este relato– es que trabajan con unos recursos limitados y a veces quieren abarcar demasiado. De algún modo hay que ganarse la vida”. Escéptico desde el primer momento, José Luis Álvarez lanza una advertencia de coyuntura: “La crisis va a poner a prueba muchos proyectos y tal vez haya que aplazarlos algún tiempo”.



Xavier Trabado

Pres. de la Fundació Funammet y de la Fed. Cat. Ass. Famílies Malalts Mentals

■ “Me gusta la combinación de justicia social, solidaridad e ilusión. Es inteligente. Me interesa también el uso que ha hecho de la tecnología como catalizador: la información genera conocimiento y el conocimiento, movilización”.



Verónica Kuchinow

Zicla, ingeniería para el reciclado

■ “En nuestra empresa todos los proyectos que ponemos en marcha han de aportar una solución ambiental o social. Esa es una idea que me interesa, la de que individualmente somos responsables del conjunto e individualmente creamos soluciones colectivas”.

FOTOS: LIBERT TEXIDÓ

INDICIOS

Zapatero, Maragall, Motivados...

■ “Es posible que en el primer Zapatero, el del 2004, haya algún precedente de lo que ahora ha ocurrido en Estados Unidos –asegura Gabriel Colomé, director del Centre d’Estudis d’Opinió–. Zapatero también voló sobre una ola emocional masiva”. Ahí, particularmente en las movilizaciones contra la guerra, pero también en la reacción ciudadana ante el 11-M, la red social también desempeñó un papel importante. Pero es raro encontrar prece-

dentos en la política española que tengan aunque sea un leve reflejo de lo ocurrido en los últimos meses en Estados Unidos. Tal vez en la experiencia de la primera campaña de Pasqual Maragall a las elecciones autonómicas en 1999, cuando organizó la plataforma ajena al partido, Ciutadans pel Canvi, en un intento –en gran parte fracasado– de tender alianzas políticas transversales fuera del aparato del PSC. De la capacidad visionaria

del ex presidente da fe el hecho de que Barack Obama es citado en *La Vanguardia* por primera vez al hilo de una declaración suya.

Este ejercicio de arqueología política no quedaría completo si no evocara la tentativa de Motivados, una candidatura a las elecciones municipales de Barcelona del 2003 basada en la red promovida por el arquitecto Juli Capella. En internet ya no queda rastro de aquella aventura.

LA CONSULTA



¿Cómo altera el estilo de Obama el liderazgo público?

El cambio de siglo, anticipado con la caída del muro de Berlín, precipitó un nuevo estilo de liderazgo. La idea de una autoridad vinculada a un saber hacer del líder en la resolución de conflictos entró en crisis. Se impuso en todos los ámbitos, del político al familiar, la negociación, la mediación, el dirigirse al otro como un par.

El libro de Hillary Clinton *It takes a village* (1996) marcó el inicio de esa recuperación del efecto terapéutico de lo colectivo y de los lazos comunitarios. Para ello el concepto estrella de red se ofrecía como paradigma. El universo mismo es visto como una red de interacciones, donde nada puede definirse de manera absolutamente independiente (efecto mariposa). El individuo o una agrupación son, y actúan en esta red, como nodos. Hoy ese paradigma lo alcanza todo, incluidos los grupos terroristas, también organizados en redes.

Por eso hoy la pregunta no es si asumimos ese estilo de liderazgo en red, sino cuáles son los principios que lo sustentan, ya que hay varios modelos posibles. La fe ciega en las nuevas tecnologías y en las promesas científicas, la idolatría de la gestión como fin en sí misma, unido a la radicalidad religiosa, dio lugar al retorno de lo inhumano. Presente en las políticas de seguridad, basadas en la vigilancia permanente y en el servilismo al que el mismo ciudadano consiente, en la etiquetación de los sujetos según estilos de vida o patologías y en la cosificación que algunas de las nuevas tecnologías (cuando no están reguladas) promueven. Lo común: la voluntad de exclusión de lo más particular de cada uno. Ello no es sin consecuencias, como prueba la creciente protesta del ciudadano. Clasificado como uno más y reducido a una categoría universal, tratado de manera uniforme, responde a este abuso del protocolo con un abuso de la violencia o con el boicot de su asistencia.

El estilo de Obama parece ser otro, pone en juego significativas claves como confianza, apo-

El estilo de Obama pone en juego claves como confianza o responsabilidad compartida, y aporta una narración a una época de idolatría de la imagen

yo, responsabilidad compartida. Y sobre todo aporta una narración en una época de idolatría de la imagen y del cuerpo. Un relato sobre los orígenes colectivos –de allí sus referencias a personajes como Ann Nixon Cooper– en los que sustentar su “Barack to the future”.

La confianza, como valor más allá de la gestión, la diversidad como rasgo global, el apoyo de la red familiar extensa y sus referencias religiosas son los ejes de ese liderazgo, forjado en los barrios periféricos de Chicago como animador comunitario. Es un cambio que abre esperanzas, la primera la renovación del deseo de muchos sectores hastiados de la política y de sus líderes.

Pero también, desde Freud, sabemos los límites de las buenas intenciones, lo inhumano es propio del ser hablante, no siempre queremos la felicidad y a veces trabajamos denodadamente en nuestra contra. Por eso gobernar, como curar o educar, son tareas que siempre dejan un resto intratable.

JOSÉ R. UBIETO

Psicólogo clínico y psicoanalista