

LA TECNOLOGÍA RELACIONAL: EL NUEVO PODER

La tecnología re[d]acional, aquella que favorece la relación, el intercambio y la cooperación en red de las personas, tiene una gran capacidad de articulación social en el ámbito local.

Antoni Gutiérrez-Rubi

A pesar de su naturaleza profundamente global, (sin fronteras, abierta) las tecnologías 2.0 están generando espacios de articulación cívica (y política) en este ámbito con una gran fuerza y vitalidad. Estos cambios afectan a todas las áreas de la sociedad. Muy especialmente, a la política y, de manera singular, a la política y a la gestión local. También a la acción electoral y a las campañas políticas.

Estamos en un momento de transición profunda: quien no entienda el potencial transformador de estas tecnologías para comunicarnos (interactividad), organizarnos (en red) y crear valor (generar talento, reputación y atención) en la sociedad red, tendrá graves dificultades de adaptación a un entorno que evoluciona muy rápidamente.



Expresiones

Las claves son tres:

1. RE[D]ILACIÓN

Relacionar todas las redes y crear comunidades para que compartan intereses, acciones, informaciones, conversaciones... es el objetivo básico. Se busca implicación, gente que quiera sentirse parte: comunidades. Internet ofrece un nuevo modelo de comunicación horizontal «no jerárquica y descentralizada», en el que es tan fácil ser emisor como receptor. Las posibilidades que puede ofrecer una tecnología así para la acción política de los partidos tiene un gran impacto en la vida organizativa. De hecho, es suficientemente potente como para plantearnos dejar de lado la palabra «militante» y abrir una categoría más amplia, la de ciberactivista. Se define así a un ciudadano o ciudadana interesado en participar activamente en política y que sabe que las nuevas tecnologías digitales le ofrecen diversas herramientas para conseguirlo. En definitiva: hay que sacar la política de las sedes y llevarla, también, a las redes.

El futuro es que gobiernos y ciudadanía co-creen, aprovechando datos abiertos, para solventar problemas públicos

2. RE[D]IACIÓN

Organizarnos para actuar, para que el paso de la idea a la acción sea mínimo, creativo, libre. Empoderar al individuo. La red permite aumentar la participación, la interactividad y, también, el activismo político. Un caso evidente es el de FixMyStreet, una web británica creada para que los vecinos puedan denunciar los problemas que ven en sus calles con el fin de que se solucionen lo antes posible. El futuro es el diálogo horizontal, en política y con las administraciones. El futuro es que gobiernos y ciudadanía co-creen, aprovechando datos abiertos, para solventar problemas públicos. FixMyStreet es un ejemplo que se ha desarrollado en ámbitos locales, con un gran éxito (más de 100.000 informantes) y que se ha ido extendiendo por distintos países como Holanda, Estados Unidos o India, entre muchos más.

3. RE[D]IPUTACIÓN

Es decir, crear talento a través del mérito y de la participación. El principio fundamental en la red es la transparencia. Internet es una ventana sobre lo más básico: misión, ideas... En política hay que dar una imagen de autenticidad. Sólo ganándose a la gente se

puede llegar a más público, con confianza, con trabajo y con paciencia. Si una persona que participa en cualquier iniciativa recibe feedback o percibe que ha sido escuchada, probablemente vuelva a participar. El problema de muchas organizaciones radica, precisamente, en este punto: se diseña y organiza la infraestructura de participación, pero no se hace un seguimiento directo del día a día, de sus consecuencias, de las oportunidades, etc.

Relación, acción, reputación: los nuevos atributos del poder contemporáneo.

La nueva ciudadanía digital: más poder local (y global). El momento es apasionante y sería imperdonable no aprovecharlo como palanca de renovación de la política. Es una gran oportunidad para que los partidos acometan en profundidad un cambio de estilo y de cultura organizativa que sea capaz de hacerlos evolucionar hacia estructuras más abiertas, flexibles e innovadoras, como ya lo han hecho gran parte de las empresas, universidades y otras organizaciones en el marco de la sociedad de la información y la comunicación.

La cultura digital es una ola de regeneración social (de ahí su fuerza política) que conecta con movimientos muy de fondo en nuestra sociedad: placer por el conocimiento compartido y por la creación de contenidos; alergia al adoctrinamiento ideológico; rechazo a la verticalidad organizativa; fórmulas más abiertas y puntuales para la colaboración; nuevos códigos relacionales y de socialización de intereses; reconocimiento a los liderazgos que crean valor; sensibilidad por los temas más cotidianos y personales; visión global de la realidad local y creatividad permanente como motor de la innovación.

Relación, acción, reputación: los nuevos atributos del poder contemporáneo. Conceptos que adquieren una nueva dimensión en la Sociedad Red y que no se pueden obviar si realmente se quiere avanzar hacia el futuro, integrando los cambios y adaptándose a la re[d]volución del conocimiento y la información.



Antoni Gutiérrez-Rubi

Asesor de comunicación y consultor político.
Director de Ideograma.
antoni@gutierrez-rubi.es