

Pensar la visibilidad de las ONG solidarias

Eric Dacheux

Question/Cuestión, Nro.80, Vol.3, Abril 2025

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

ICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e975>

**Pensar la visibilidad de las ONG solidarias:**

***Abandonar el paradigma de la conexión por el de la incomunicación***

**Thinking about the visibility of solidarity NGOs:**

***Abandoning the paradigm of connection for that of Uncommunication***

**Eric Dacheux**

Université clermont auvergne

Francia

[eric.dacheux@uca.fr](mailto:eric.dacheux@uca.fr)

### **Resumen**

¿Por qué los valores que defienden las asociaciones de solidaridad internacional no son percibidos por la opinión pública? Este es el tema de este artículo, que se desarrollará en tres etapas. En primer lugar, volveremos sobre la cuestión de la visibilidad en el espacio público, mostrando que este problema no está causado por la conexión digital. En segundo lugar, explicaremos por qué es necesario abandonar lo que Quéré (1992) denomina el «modelo epistemológico de la comunicación» en favor de un nuevo marco teórico, la incomunicación. En la tercera y última parte del artículo, esbozamos pistas de investigación-acción que permitirían

poner en práctica una comunicación solidaria basada en el equilibrio entre fines y medios. Este artículo no pretende aplicar la neutralidad axiológica a la construcción de un modelo teórico descriptivo. Por el contrario, en el marco de una epistemología de la complejidad (Morin 1994), necesitamos desarrollar «una imparcialidad implicada» (Coutellec, 2015) orientada a la construcción de un modelo normativo de investigación-acción participativa (Juan 2021).

### **Abstract**

Why are the values espoused by international solidarity associations not perceived by the public? This is the subject of this paper, which will be developed in three stages. First, we will return to the question of visibility in the public space, showing that this problem is not caused by the digital connection. Secondly, we will explain why it is necessary to abandon what Quére (1992) calls the 'epistemological model of communication' in favour of a new theoretical framework, incommunication. In the third and final part of the paper, we sketch out avenues for action research that would make it possible to implement solidarity-based communication based on a balance between ends and means. This article does not seek to apply axiological neutrality to the construction of a descriptive theoretical model. On the contrary, within the framework of an epistemology of complexity (Morin 1994), we need to develop 'an implicated impartiality<sup>1</sup> (1) (Coutellec, 2015) aimed at building a normative model for participatory action research (Juan 2021).

**Palabras clave:** comunicación ONG; visibilidad; conexión digital; espacio público; incomunicación

**Key words:** NGO communication; visibility; digital connection; public sphere; incommunication

En la Unión Europea se combinan la crisis ecológica, la crisis económica y la crisis democrática (Dacheux, Goujon 2020). Como resultado de ello, el clima sigue deteriorándose, la precariedad laboral y la desigualdad aumentan, y la extrema derecha crece, mientras que los votantes se alejan de las urnas. Ante estas crisis, las respuestas institucionales están resultando insuficientes, por lo que en distintos puntos del viejo continente se están

desarrollando lo que hemos denominado Iniciativas de Solidaridad (IS). Se trata de "experiencias ciudadanas, democráticas y sin ánimo de lucro que pretenden crear vínculos más que bienes" (Dacheux 2022). Dentro de estas IS, podemos distinguir entre las iniciativas que pretenden formar parte de la economía social y solidaria (ESS) y las que reclaman ser parte de la solidaridad internacional. En este documento, nos centraremos en estas últimas, las ONG de solidaridad internacional, a las que preferimos llamar "asociaciones de solidaridad internacional" (ASI) debido a la imprecisión que rodea al concepto de ONG (Hermès, Núm. dir. par M. Oustinoff, 2022). ¿Por qué? Sencillamente porque, si bien las ASI actúan como mediadoras entre ciudadanos del Norte y del Sur que buscan construir una solidaridad democrática(2) a escala internacional, la comunicación que despliegan en la espacio público no refleja este valor fundamental, como ilustra el análisis de Florine Garlot sobre la recepción de las más importantes ASI francesas , que muestra que el mensaje percibido por los ciudadanos no es el de una solidaridad recíproca, sino el de una ayuda unilateral del Norte al Sur (Garlot 2022).

¿Por qué los valores defendidos por las ASI no son percibidos por la opinión pública? O, dicho de otro modo, ¿por qué se invisibiliza la noción de solidaridad democrática en la esfera pública en beneficio de la noción de ayuda, la cual implica una jerarquía entre los que ayudan y los ayudados)? Este es el objetivo del presente documento, que se desarrollará en tres etapas. En primer lugar, abordaremos, o más precisamente volveremos, sobre la cuestión de la visibilidad en el espacio público, mostrando que este problema no está causado por la conexión digital. En segundo lugar, explicaremos por qué es necesario abandonar lo que Quéré (1992) denomina el "modelo epistemológico de la comunicación" en favor de un nuevo marco teórico, la incomunicación. En el tercer y último apartado, esbozaremos algunas pistas de investigación-acción que permitan poner en práctica una comunicación solidaria basada en la adecuación entre fines y medios. Como habrán deducido, este artículo no se inscribe en la visión (altamente normativa) de la ciencia propuesta por Nathalie Heinich (2021). No se trata de aplicar la neutralidad axiológica a la construcción de un modelo teórico descriptivo, sino, en el marco de una epistemología de la complejidad(3), de desarrollar "una imparcialidad implicada(4)" (Coutellec, 2015) orientada a la construcción de un modelo normativo de investigación-acción participativa (Juan 2021).

**I) Pensar la cuestión de la visibilidad en el espacio público en un contexto más amplio que el de la conexión digital.**

Como señala M. Vitali-Rossi (2019), “digital es un concepto que no significa nada”. Más precisamente, al transformar un adjetivo en un sustantivo común, se pretende naturalizar y normalizar herramientas muy diversas y de utilidad muy variable en un todo único e ineludible. Para evitar esta confusión ideológica, distinguimos tres conceptos. El primero es el término “dispositivo digital”, que incluye todas las disposiciones jurídicas, técnicas, profesionales e ideológicas propias de las herramientas digitales. Dentro de estos dispositivos digitales, distinguimos entre los “medios digitales”, que incluyen los medios digitalizados tradicionales y los *pure player*, y la “conexión digital”, que es el uso de herramientas digitales (ordenadores portátiles, tabletas, teléfonos inteligentes, etc.) para poner en contacto a las personas (correo electrónico, redes sociales digitales, etc.). Aunque es innegable que la conexión digital hace más complejas las cuestiones de visibilidad en el espacio público, es erróneo creer que este problema nació con la llegada de las redes sociales digitales (Dacheux, 2021). De hecho, en los años sesenta, la profecía de A. Warhol de que en el futuro todo el mundo sería famoso durante 15 minutos. y los escritos de H. Arendt que hacían del espacio público griego el escenario de la emergencia de la política, manifestación visible de la libertad del ciudadano, ya habían dado lugar a muchos comentarios.

Más recientemente, en 2000, J. Rancière, en *Partage du sensible* (Compartir lo sensible), también hizo hincapié en las cuestiones relacionadas con la visibilidad en el espacio público: “Llamo compartir lo sensible a un sistema de evidencias sensibles que revela a la vez la existencia de un común y las divisiones que definen los lugares y las partes respectivas dentro de él. Por tanto, compartir lo sensible fija al mismo tiempo un común compartido y unas partes exclusivas”. Pero esta puesta en común de lo sensible no es sólo el fruto de una sedimentación, de un ethos, es también el fruto de una lucha, de un *polemos*(5), recuerda el filósofo que, en 2019, comentará el movimiento de los chalecos amarillos subrayando que esta lucha contra la invisibilización crea un desorden que empuja a todos a cuestionar el orden dominante de las cosas(6) (2000, p. 10). Esta cuestión ya había surgido en los medios de comunicación franceses en 2006, con la publicación del libro colectivo “*La France invisible*”

(Beaud, Confavreux, Lindgaard, 2006), publicado justo antes de la campaña presidencial de 2007, que puso el acento, por primera vez, en estas poblaciones que, a pesar de ser numerosas pasan desapercibidas para el derecho, los medios de comunicación y las políticas públicas. En contraste con este libro, que deploraba la invisibilidad de un número considerable de habitantes de Francia, N. Heinrich, unos años más tarde, cuestionaba la excesiva visibilidad de un estrecho segmento de la población (las celebridades). En efecto, su libro *“De la visibilité”* (2012) postulaba, antes del desarrollo de las redes sociales digitales, que estaba surgiendo una nueva élite, una élite mediática cuya legitimidad se basaba en un único criterio: la visibilidad, es decir, “la difusión del rostro y del nombre en el espacio público” (Heinich, 2012, p. 87). La visibilidad se convirtió así, según la socióloga del arte, en un nuevo valor, “un principio en nombre del cual se estiman los seres y se mide su grandeza” (Heinich, p. 494). Este breve repaso muestra claramente que tanto si presentamos la visibilidad como una dimensión que siempre ha estado presente en todos los espacios públicos, como un nuevo valor en una sociedad hipermediatizada o como un mecanismo contemporáneo para reparar un reconocimiento fracturado, la cuestión de la visibilidad no está subordinada a la de la conexión digital. Lógicamente pues, los problemas de visibilidad a los que se enfrentan hoy las ASI deben buscarse en otra parte que no sea el dominio imperfecto de las herramientas de conexión digital.

## **II) Abandonar el modelo epistemológico de la comunicación en favor del marco teórico de la incomunicación.**

Al esforzarse tanto por convencer a los donantes, las ONG corren el riesgo de desinformar al público. El antiguo director de comunicación de Acción contra el Hambre lo subraya muy bien: “Yo hablaría más bien de “doble penalización” para referirme, por una parte, a la difícil situación de las personas de las que hablamos y, por otra, a la representación que hacemos de ellas. No sólo se encuentran en situaciones difíciles, sino que la forma en que se las representa las encierra en esa imagen. Normalmente, la imagen que tenemos de África, y por extensión de los africanos, es que nunca conseguirán salir de su situación(7)”.

Como han señalado otros autores (Ryfman 2008, Garlot 2023), los problemas de comunicación de las ONG están estrechamente vinculados a un marco utilitarista de análisis de la comunicación. Al igual que las multinacionales, las ONG, bajo la influencia del pensamiento

gerencial incorporado a través de la profesionalización de sus directivos, están desarrollando un enfoque de marketing que pretende persuadir al cliente en lugar de empoderar al ciudadano. Pero este enfoque persuasivo de la comunicación es cada vez más costoso y, sobre todo, poco adaptado a su identidad. Como todas las técnicas, las herramientas de marketing no son neutras. Es cierto que no son ni positivas ni negativas (un anuncio puede ensalzar las virtudes del alcohol o incitar a dejar de beber), pero no son neutras. Esto se debe a dos razones. En primer lugar, como nos recuerda Jacques Ellul (1988), toda tecnología es ambivalente: es a la vez positiva y negativa, tiene cualidades, pero también defectos. Antes de utilizar una técnica de comunicación, hay que pensar tanto en sus ventajas como en sus inconvenientes (crear una *mailing list* para debatir fuera de las reuniones significa excluir de los debates a quienes tienen dificultades con los ordenadores, es decir, el 15% de la población francesa según el INSEE(8)). Aunque un martillo puede utilizarse para muchos otros fines que clavar un clavo (romper una vidriera, sujetar una hoja suelta, etc.), no puede utilizarse en absoluto para aserrar un roble. Peor aún, si se empeña en aserrar un roble con un martillo, ¡corre el riesgo de dislocarse el hombro! Es el caso de las ASI que quieren cambiar el mundo (salir de la sociedad de mercado) utilizando una técnica, el marketing, creada para mantenerlo (resolver la crisis de sobreproducción). También es el caso de las ASI que pretenden informar a los ciudadanos multiplicando las cartas individuales, las cartas electrónicas o los correos electrónicos a los donantes.

En una sociedad sobresaturada de información, la información ASI ya no tiene sentido. Peor aún, por una parte, contribuye a la acracia (sentimiento de que el mundo debería cambiar, pero que somos impotentes para hacerlo) y, por otra, aumenta la servidumbre digital (Poitevin, 2020) al utilizar con demasiada frecuencia los medios de distribución de los GAFAM. ¡No se puede empoderar a los ciudadanos con algoritmos diseñados para crear más dependencia! Finalmente, la última contradicción entre fines y medios es que las ONG de solidaridad internacional pretenden establecer una comunicación con los ciudadanos, es decir, construir una relación que requiere tiempo (para entender lo que el otro ha comprendido de forma diferente a la nuestra) y distancia (para encontrar al otro en uno mismo y a uno mismo en el otro, para encontrar el equilibrio entre la humanidad compartida y la alteridad respetada), con herramientas de conexión digital diseñadas para abolir el tiempo y la distancia. ¡Ni las comunicaciones de marketing ni las digitales son el camino a seguir para las ASI!

Tal y como las definimos en la introducción, las ASI no son multinacionales movidas por el afán de lucro, sino organizaciones nacidas del deseo de los ciudadanos de reforzar la solidaridad democrática en todo el mundo. Utilizar los mismos modelos de comunicación que las empresas es, por tanto, un error de práctica, un desajuste entre el fin y los medios. Pero también es un malentendido teórico de lo que es la comunicación. El modelo de gestión de la comunicación forma parte de lo que Louis Quéré (1992) denomina "el modelo epistemológico de la comunicación". Pero éste es sólo un punto de vista particular sobre la comunicación, entendida como transferencia de conocimientos objetivos sobre el mundo. El reto de la comunicación, en este modelo, es la transmisión o la persuasión, es decir, modificar el conocimiento del receptor con el fin de cambiar su comportamiento. Según Louis Quéré, la comunicación epistemológica reúne las teorías de los efectos directos (Lebon, 1895), la cultura de masas (Horkheimer y Adorno, 1947), los efectos limitados (Lazarsfeld, 1941), el modelo matemático (Shannon y Weaver, 1949) y el determinismo (Mc Luhan, 1964). Este modelo epistemológico de la comunicación se inscribe en un esquema que el sociólogo denomina "representacionista y cognitivista". "Cognitivista", en el sentido de que implica un conocimiento objetivo del mundo, y "representacionista", porque conocer es representar el mundo absolutamente, tal como es. A partir de ahí, los sujetos son "observadores no comprometidos" (Quéré, 1991, p. 74) sin punto de vista, que acceden al mundo y a los demás tal como son y los objetivan. Esta racionalidad abstracta permite comprender mejor la etiqueta "epistemológica" que se da a este modelo: la concepción del "conocimiento y de la acción, del mundo y de la sociedad, del individuo y de la socialidad" procede de "la tradición epistemológica que heredamos del siglo XVIII" (Quéré, 1991, p 72).

Sin embargo, este modelo epistemológico, génesis de la comunicación de marketing y de la comunicación digital, ha sido cuestionado desde hace tiempo por otros enfoques científicos de la comunicación. Por ello, hace más de treinta años, Quéré propuso otros tres enfoques: el modelo constructivista (Escuela de Palo Alto), el modelo deliberativo (Habermas) y el modelo praxeológico (Dewey). Por nuestra parte, siguiendo la línea de los trabajos de la revista *Hermès*, proponemos un nuevo modelo que tiene en cuenta los avances de las ciencias de la información y la comunicación: la incomunicación. De hecho, a pesar de sus diferencias, los cuatro modelos identificados con la ayuda de los trabajos de Quéré se basan todos en la misma premisa: la intercomprensión y la norma. Por el contrario, los investigadores

francófonos que teorizan sobre la incomunicación sostienen que la norma es la incompreensión más que la comprensión. En efecto, la libertad del receptor (Wolton, 2020), la dificultad de controlar nuestras emociones y el inconsciente (Lepastier, 2013), la existencia de a priori diferentes (Boudon, 1989) o la multiplicidad de canales de comunicación y su polisemia (Robert, 2016) son, entre otros muchos fenómenos (Dacheux 2023), obstáculos importantes para el perfecto entendimiento entre los seres humanos. La incompreensión reina en toda comunicación. Dicho de otro modo, la comunicación perfecta es imposible; siempre existe una parte irreductible de incompreensión. Pero lejos de constituir un escollo de Sísifo que arrastramos a cada encuentro, este elemento incompreensible de incompreensión es el motor mismo de la comunicación. Es precisamente en la imposibilidad de la comprensión total de donde extraemos el deseo de comprender al otro. La incompreensión es el motor de la comunicación. Es porque siempre hay una brecha, un espacio de libertad inventiva -una acción creadora, como diría Joas (1999)- entre los seres por lo que buscamos esa relación humana singular que nos permita acceder al otro sin arriesgarnos a perdernos a nosotros mismos. La incomunicación es, pues, uno de los componentes de la comunicación, no el único desenlace posible. La incomunicación no es una fatalidad, sino una oportunidad: la posibilidad de abrirse a la interpretación del otro. En efecto, este intento de compartir con el otro es a la vez tranquilizador (tenemos la certeza de compartir algo -al menos durante un tiempo- y seguimos siendo libres de interpretar nuestros sentidos) e incierto (tropezamos con la incomunicación, el otro se nos escapa). Desde este punto de vista, es ilusorio creer que todo lo que necesitamos para entendernos es conectarnos directamente entre nosotros, y que podemos prescindir fácilmente de la mediación de las ASI para construir una solidaridad digital internacional. La tecnología facilita (o a veces complica) los intercambios, pero no sustituye el esfuerzo y el tiempo necesarios para entenderse. Al suprimir el espacio físico, la desintermediación digital corre el riesgo de hacernos olvidar la existencia de distancias culturales y cognitivas que nos hacen ver el mundo de manera diferente a pesar de nuestra humanidad común. Es una trampa creer que estar directamente conectado con otra persona conduce automáticamente a comprenderla, pero es una oportunidad saber que nunca podremos entendernos del todo. Esta oportunidad es también una ventaja democrática en la que apoyarse: en lugar de intentar persuadir a los demás, de limitar su capacidad de interpretación para acercarlos a nuestras

posiciones, es mejor reforzar su libertad de interpretación y aumentar su autonomía crítica. Este es el objetivo de lo que hemos llamado comunicación solidaria (Dacheux 2022).

### **III Pistas de investigación-acción para una comunicación solidaria**

Lo que se pretende con la comunicación solidaria es adecuar el fin (la solidaridad democrática) a los medios (la comunicación democrática). No es un manual de instrucciones que haya que seguir al pie de la letra, sino un modelo con el que experimentar, un ideal en torno al cual llevar a cabo una investigación-acción. La investigación-acción está en el centro de las iniciativas de solidaridad (ESS y ASI). En efecto, desde los primeros escritos del asociacionismo obrero, las iniciativas solidarias siempre han estado marcadas por un enfoque metodológico coherente: crítica de la realidad, experimentación de nuevos enfoques y evaluación de sus experiencias. De Buchez a Draperi, pasando por Owen y Proudhon, lo que se conoce como investigación-acción forma parte integrante de la experimentación ciudadana orientada a la solidaridad democrática. Hoy en día, esta investigación recibe diferentes nombres (participativa, colaborativa, etc.) y sigue prácticas muy diferentes de una disciplina a otra, y de un tema a otro. Pero más allá de estas diferencias, los actores implicados en esta tradición de investigación persiguen un doble objetivo: producir conocimiento y cambiar la realidad a través de la acción. Este tipo de investigación parece esencial si queremos encontrar soluciones a las crisis ecológica, democrática y económica que padecemos. Sin embargo, algunos investigadores, como N. Heinich (2022), cuestionan la naturaleza científica de la investigación-acción. Heinich, socióloga pragmática con una interpretación clásica pero cuestionable de la neutralidad axiológica, acusa a algunos investigadores en ciencias sociales de ser "activistas académicos". En su opinión, existe una clara línea divisoria entre los juicios de hecho y los juicios de valor. Los investigadores se limitan a los hechos, mientras que los activistas defienden valores. Cualquier enfoque normativo es, por tanto, político y deja de ser una cuestión de conocimiento. Esta posición epistemológica tiene el mérito de la claridad y la sencillez. Sin embargo, resulta problemática por dos cuestiones. La primera la ha planteado desde hace tiempo otro sociólogo pragmático, P. Corcuff. Con referencia a un libro anterior de N. Heinich(9), denuncia una lectura parcial y sesgada de Weber. Señala, con citas (no truncadas), que Max Weber no pide al académico que sea neutral, sino que, por el contrario, tenga en cuenta los presupuestos éticos que informan la visión sociológica (Corcuff 2017)(10).

Pero la crítica a la tesis simplista defendida por N. Heinich no solo se basa en una lectura diferente de Weber, sino también en la noción de valor epistémico. El filósofo Hilary Putman (2002) plantea esta noción para demostrar que creer que la oposición entre hecho y valor es irreductible, es una ilusión. La ciencia no es el registro de hechos por parte de un investigador que suspende su juicio de valor, porque la ciencia se basa en valores. Para apoyar este argumento, Putman cita la teoría de Einstein, que fue validada cincuenta años antes de que se ideara ningún experimento para verificarla. En consecuencia, fue aprobada, no porque la confirmara la realidad empírica, sino porque era simple y preservaba la concepción aceptada del movimiento. Los valores de simplicidad y conservación son, por tanto, los valores que sustentan el reconocimiento científico de la teoría de Einstein. No hay, pues, dicotomía entre hecho y valor, ciencia y cultura, sino una articulación: los valores epistémicos propios de una comunidad científica permiten juzgar el carácter científico de una proposición teórica.

Esta noción de valor epistémico no parece haber sido inventada por Putman, sino por Kuhn.

En un texto titulado Objetividad, juicios de valor y elección de una teoría, Kuhn presenta lo que denomina los cinco criterios de una buena teoría científica. Estos criterios, nos dice, no deben entenderse como reglas que hay que seguir para hacer la elección correcta, sino "como valores que influyen en ella". Plantea cinco de ellos: precisión o adecuación empírica, coherencia interna y externa, alcance, simplicidad y fecundidad. La ventaja de estos valores es que se refieren expresamente al conocimiento: son valores epistémicos [...] Si estos criterios pertenecen al orden de los valores, porque se refieren estrictamente a la naturaleza del conocimiento y de la ciencia, siguen representando, según Kuhn, buenas razones para optar por un paradigma y no por otro (Nepton, 2020, p.42).

Léo Coutellec amplía este análisis del valor epistémico. Para él, toda actividad científica se inscribe en una comunidad singular, una comunidad epistémica, que define las reglas de objetividad científica propias de esa comunidad (los criterios de validez científica no son los mismos en matemáticas que en arqueología), pero también depende del contexto cultural y social en el que vive, es decir, depende de los valores, en particular éticos, de la cultura en la que lleva a cabo sus investigaciones. En consecuencia, los investigadores no son neutros, sino que deben defender una "imparcialidad implicada" que puede resumirse así:

Lo que hace que el enfoque científico sea relevante en su singularidad con respecto a otros enfoques de la comprensión del mundo no es esa ilusión epistemológica que implica el triplete axiológico de autonomía-imparcialidad-neutralidad, sino otro conjunto de valores constitutivos de las ciencias que pueden formularse como las capacidades de una ciencia implicada: fecundidad (capacidad de crear nuevas preguntas y suscitar dudas); diversidad (capacidad de acoger el pluralismo en todas sus dimensiones); imparcialidad implicada (capacidad de dar cuenta de la realidad y someterse a su verificación, explicitando el contexto); responsabilidad (capacidad de responder por y responder a) (Coutellec, 2015, pp 43-44).

El concepto de valor epistémico muestra que la dicotomía entre hecho y valor es inadecuada: en su práctica cotidiana, la ciencia la hacen personas que tienen los valores de su tiempo y que deben responder a los valores de su comunidad científica. Desde esta perspectiva de parcialidad implicada, proponemos un modelo de comunicación democrática. En otras palabras, un modelo de comunicación política, aunque la palabra "política" asuste a las ASI, que se ven a sí mismas fuera del juego político. Ahora bien, hacer visibles el hambre, la desigualdad o la contaminación medioambiental es un acto político. En efecto, "afirmar que hay varias maneras de describir lo visible, lo pensable y lo posible" sostiene Rancière, "tiene un nombre: se llama política" (Rancière, 2022, p. 21). Las ASI y, más ampliamente, todas las iniciativas solidarias contribuyen a definir otra forma de describir el mundo, ya que combinan tres elementos constitutivos: la denuncia de un hecho social (el hambre, por ejemplo), la formulación de propuestas alternativas (fiscalidad de las transacciones financieras) y el desarrollo de acciones concretas (formación en permacultura). Al tratar de mostrar lo que queremos hacer invisible, al desafiar el discurso dominante y al proponer formas diferentes de hacer las cosas, las ASI, lo quieran o no, son, por sus propias acciones, actores políticos. Es más, son actores políticos en virtud de su propia existencia, ya que todas las ASI pueden definirse como organizaciones que reúnen a "ciudadanos activos y responsables de una democracia viva" (Henry, 2021, p. 23). De hecho, como colectivos autónomos, refuerzan la democracia entendida como autónomos, la capacidad de hacer y deshacer las normas que nos rigen (Castoriadis, 1975; Gauchet, 2002). En aras de la coherencia entre fines y medios, las ASI son organizaciones políticas que necesitan desarrollar una comunicación política. Pero, ¿qué tipo de comunicación? El trabajo que venimos realizando desde hace más de 25 años nos ha llevado a proponer lo que llamamos "mediación conflictual" para fomentar espacios de

confrontación y concertación en los que todos expresen sus posiciones y escuchen las de los demás. La mediación conflictual es la mejor manera de crear inteligencia colectiva. En efecto, la búsqueda del consenso corre el riesgo de paralizar la acción, de aglutinarse en torno al líder o de desembocar en una autocensura que frene la creatividad colectiva. Sobre todo, como nos recuerda Rancière (2022), el consenso es una matriz única de interpretación del mundo. El consenso requiere consentimiento, dice Rancière, no imaginar otro mundo. Sin embargo, las ASI luchan por construir otro mundo. Una vez más, pues, existiría una contradicción entre el fin (pluralizar las visiones del mundo) y los medios (proponer una visión única) si las ASI no ofrecieran un espacio democrático de debate en el que pudieran confrontarse múltiples visiones. Como sugiere P. Viveret (2006), se trata de experimentar la “construcción de los desacuerdos”, es decir, de una mediación en tres etapas: eliminar los malentendidos y los prejuicios, establecer y actuar inmediatamente sobre los puntos de acuerdo, y enriquecer los desacuerdos para intentar superarlos con soluciones innovadoras. Esta construcción de los desacuerdos puede referirse, por tanto, a las acciones llevadas a cabo por la ASI, pero también, y quizás, sobre todo, a su posición estratégica: ¿se trata de conseguir que los demás actúen (postura colonial), de actuar para los demás (postura administrativa) o contra los demás (postura activista) o de actuar con los demás reforzando la capacidad de acción de todos (postura solidaria)? Experimentando una democracia interna viva, manteniendo la cooperación conflictiva entre los miembros de la ASI, es como mejor podemos llevar a cabo la cooperación conflictiva con todos los actores (medios de comunicación, autoridades públicas, empresas, aparte de la ASI) y reforzar así la democracia. Todo empieza internamente. Es experimentando internamente con la creación de inteligencia colectiva a través de la construcción de desacuerdos como las ASI podrán luego difundir esta mediación conflictual en el ámbito público. Dicho de otro modo, hay que volver a la fuente de la democracia: la expresión del desacuerdo. La democracia interna no es un proceso que consista en animar a las personas a votar a intervalos regulares, cuando la mayoría de las veces se les trata como clientes o usuarios que tienen que cumplir unas normas que se han establecido sin su consentimiento. La democracia también tiene que ver con el pensamiento crítico y el cuestionamiento. De hecho, lo que Rony Brauman dice de una organización solidaria como MSF (Médicos sin Fronteras) es válido para todas las ASI: el objetivo es evitar que el problema al que buscamos una solución se convierta en: "una causa y deje de ser una realidad viviente, porque cada acto que la

compone es entonces susceptible de ser juzgado por el criterio de los fines últimos y no por sus propios méritos. Cada mentira se convierte en un posible paso hacia la verdad, cada mal puede describirse como un bien por venir". (Brauman, 2006, p. 257).

La democracia interna es la organización permanente de una inteligencia colectiva a través de la mediación conflictual que mantiene viva una cultura común al mismo tiempo que refuerza la autonomía de cada individuo. ¡Lo contrario de la gestión y la conexión digital!

A partir de esta mediación conflictual interna, es posible concebir una forma deliberadamente agonística de comunicación en el espacio público. No se trata de indicar el camino correcto a seguir, sino de articular denuncias del presente y propuestas de futuro, invitando a todos a reflexionar sobre otro mundo posible. Como nos recuerda Dewey (1939), "el conocimiento de las cosas tal como son es la única base sólida para comunicar y compartir; toda otra comunicación significa la sujeción de unos a las opiniones de otros" (1995/1939, p. 5). En esta perspectiva abierta por Dewey, la comunicación no debe señalar el camino, sino invitar a cada persona a realizar sus propias experiencias, a desarrollar su autonomía. Como hemos visto, la persuasión nos invita a seguir un camino ya trazado por otros, mientras que la conexión tecnológica refuerza la servidumbre digital a través de algoritmos (Poitevin, 2020). Decir no, significa asumir su responsabilidad para combatir la falta de responsabilización asociada a la acracia. De modo que hacer visible su oposición en el espacio público es tanto una afirmación de su libertad como una invitación a los ciudadanos a adoptar una postura crítica. De hecho, al criticar, las ASI invitan al público a criticarlas, lo que refuerza el debate y lleva las ASI a una fértil intranquilidad que las anima a volver cada día a la mesa de trabajo: a comprobar que el fin y los medios, las acciones actuales y el proyecto inicial están en consonancia. Por todo ello, hay que dejar claro el desacuerdo. Decir contra qué estamos, qué no queremos y por qué no lo queremos. Tenemos que volver a convertir el espacio público en un espacio político crítico, en lugar de fomentar su lenta transformación hacia un espacio comercial donde cada uno promociona su imagen de marca.

### **¿Cómo podemos construir una deliberación que cree una cultura común haciendo visibles las posiciones y oposiciones de todos?**

Proponemos experimentar y llevar a cabo una investigación-acción sobre nuevas líneas con investigadores de asociaciones y del mundo académico. Como éstas se presentaron

detalladamente en un texto anterior (Dacheux 2022), nos centraremos aquí en tres que consideramos que pueden aplicarse con bastante facilidad:

**Renunciar a sensibilizar y contribuir a compartir conocimientos.** Todos recibimos entre 500 y 2000 mensajes al día. La sobreinformación (o infobesidad) ya no tiene sentido. Demasiada información sin control y/o descodificada con demasiada rapidez oscurece el mundo y, en última instancia, disminuye el pensamiento crítico. Así pues, como recomienda Garlot (2020), hay que alejarse de la promoción y la sensibilización y volver a la educación popular, cuyo credo fue expuesto por Paulo Freire: “Nadie educa a los otros, ni nadie se educa solo; los hombres se educan a sí mismos a través del mundo” (Freire 1974, p. 62).

Este tipo de educación popular puede encontrarse, por ejemplo, en los *repairs* cafés (cafés de reparaciones), donde todo el mundo comparte sus conocimientos, consejos y trucos para prolongar la vida de los objetos cotidianos. También puede encontrarse en muchas asociaciones ecológicas, como los jardines compartidos. Incluso está empezando a ser aplicada por algunas ASI para la educación a la ciudadanía internacional, como una jornada de intercambios -que reunió a cuarenta personas- en la región de Auvernia Ródano Alpes, en la que se trataron los siguientes temas: ¿cómo pasar de la “educación para” a la “co-construcción del conocimiento”? El reto en el contexto de la educación a la ciudadanía internacional es pasar de una posición de transmisión (del que sabe al que no sabe) a una posición de participación (todos comparten sus experiencias).

**Tener una visión a largo plazo y tomarse tiempo para reflexionar.** Es urgente cambiar de rumbo, pero la urgencia suele condenar la reflexión. Pensar en soluciones sostenibles y construir inteligencia colectiva lleva tiempo. En una época en la que todo se acelera (Rosa, 2010), en un presentismo que devalúa el pasado y sobrevalora el segundo siguiente, lo que apenas nos permite vislumbrar un futuro radicalmente distinto (Baschet, 2018), es importante que las ASI se tomen el tiempo necesario para reflexionar colectivamente sobre una relación diferente con respecto al tiempo. Ralentizar el ritmo, como propone el movimiento *slow*, adoptar una visión a largo plazo, como defienden los partidarios de la teoría del decrecimiento, armonizar el tiempo social, como experimentan los bancos de tiempo... todas ellas son vías para la acción colectiva, pero también para la comunicación. Ya no se trata de acumular acontecimientos en planes de comunicación anuales, sino de pensar colectivamente

en estrategias, herramientas y mensajes sostenibles que inviten a todos a reapropiarse la cuestión del tiempo.

**Desarrollar la investigación sobre la recepción.** La comunicación y la democracia se asfixian cuando se las encierra en reglas intangibles. La comunicación y la democracia son la búsqueda, en un mundo complejo que evoluciona constantemente, de relaciones igualitarias entre alteridades libres que, a su vez, evolucionan sin cesar. La comunicación democrática no sigue un plan ni se ajusta a una auditoría. La comunicación solidaria es una co-construcción incierta de significados, en la que nunca podemos estar seguros de que la comprensión del otro sea compatible con la nuestra. La única forma de estar seguros es realizar encuestas de recepción. La recepción no es un registro pasivo de la información, sino una recreación del mensaje por parte del descodificador (Méadel 2009). Por tanto, no podemos saber qué ha entendido el receptor del mensaje si no le preguntamos por esta recreación. Este es el objetivo de los estudios de recepción. Los estudios de recepción de Florine Garlot sobre la comunicación de las ONG francesas de solidaridad internacional muestran que su mensaje de solidaridad se percibe como caritativo, y que lo que se supone que debe ilustrar la opinión pública se considera incomprensible, etc. (Garlot, 2022). Este estudio confirma el realizado hace 15 años por Sandra Rodríguez (2006), que mostró, a través de un estudio de recepción con tres grupos de jóvenes de entre 24 y 25 años, una clara brecha entre lo que los comunicadores de las ONG consideran interesante o aceptable para su audiencia y las expectativas y percepciones reales de ésta. En este ámbito, la empatía es una trampa: ¡el público rara vez se corresponde con las representaciones que nos hacemos de él! Sólo los estudios de recepción que examinan la comprensión de los mensajes por el propio público, pueden verificar si los valores defendidos por las ASI son realmente percibidos por los ciudadanos.

## Conclusión

La desintermediación que ofrecen las herramientas de conexión digital pareciera estar cambiando fundamentalmente las reglas del juego de la comunicación de las ASI. En realidad, no es así. Por un lado, la incomunicación nos recuerda que la eliminación de intermediarios no facilita automáticamente la comunicación. La abolición de la distancia física no elimina en absoluto las distancias cognitivas y culturales: entrar en contacto directo no significa que se



entienda mejor a la otra persona. Al contrario, como señala Wolton (2003), la globalización de la comunicación requiere mediadores que ayuden a co-construir un significado común. Desde esta perspectiva, las ASI son, más que nunca, mediadoras inestimables. Por otra parte, y esto es lo que hemos subrayado en este texto, la visibilidad no es una cuestión de conexión (digital) sino de diferenciación (política y estética). Al adoptar las mismas normas de comunicación (estética del marketing y política consensual) que las multinacionales, las ASI contribuyen, a su pesar, a su propia invisibilización. Para combatirla, las ASI deben hacer hincapié en sus diferencias. En la era de la RSE (responsabilidad social de las empresas), esta diferencia ya no se encuentra en los valores sociales promovidos en el ámbito público, sino en los valores políticos realmente aplicados: la creación de inteligencia según el principio de una persona, un voto. Esta identidad democrática debe apoyarse, es la tesis que sostiene este artículo, en una comunicación democrática, es decir, una comunicación que, tanto interna como externamente, tenga como objetivo reforzar la autonomía de cada individuo mediante la participación en las deliberaciones colectivas.

Para lograrlo, parecen necesarias tres condiciones. La primera es tener en cuenta los avances científicos en la comprensión de la comunicación. La comunicación no es ni una relación persuasiva ni una transmisión informativa, sino la co-construcción de un significado común. Este significado común nunca es unidireccional. Siempre hay un elemento irreductible de divergencia, un elemento de creatividad y sentido individual necesario para la emancipación democrática. La segunda condición para avanzar hacia una comunicación solidaria es animar las ASI a adoptar métodos de investigación en ciencias sociales, por ejemplo, promoviendo la investigación participativa (Juan, 2019). La tercera condición es establecer una cultura de recepción, y por tanto de evaluación en los departamentos de comunicación de las ASI. Solo mediante la realización de encuestas que traten de comprender lo que han entendido los ciudadanos, las ASI podrán saber si su comunicación está alcanzando o no los objetivos que se han fijado.

La mediación conflictual que propone la comunicación solidaria no es un enfoque comunicativo prefabricado que sustituya a recetas de marketing obsoletas, sino una invitación a escapar de la infobesidad generada por los dispositivos digitales. La comunicación solidaria no es una llamada a ceder a la lógica mortífera de un mundo al borde del colapso, sino una

invitación a la emancipación como salida colectiva de las crisis. Seguir adelante implica negarse a someterse a los modelos económicos y políticos dominantes.

Ahora bien, “lo que sustenta la sumisión no es la ignorancia, sino el desafío: el sentimiento de que no hay otro mundo posible, de que no somos capaces de construir otro, o de que los demás no son capaces de hacerlo. La emancipación es la superación de esta desconfianza” (Rancière, 2022)

### Referencias bibliográficas

- Arendt, H. (1983), *La condition de l'homme moderne*, Paris, Calman Levy.
- Baschet J. (2018), *Défaire La Tyrannie Du Présent. Temporalités Émergentes Et Futurs Inédits*, Paris, La Découverte.
- Beaud S., Confavreux J., Lindgaard J., (2006), *La France Invisible*, Paris, La Découverte.
- Brauman R. (2007), *Penser dans l'urgence*, Paris, Seuil.
- Boudon R. (1989), « petite Sociologie De L'incommunication », *Hermès*, 4, P. 53-66.
- Castoriadis C. (1975), *L'institution Imaginaire De La Société*, Paris, Seuil.
- Corcuff P. (2012), *Où Est Passée La Critique Sociale ?*, Paris, Mauss/La Découverte.
- Corcuff P (2017), « le Bêtisier Sociologique Et Philosophique De Nathalie Heinich » *À Propos De : Nathalie Heinich, Des Valeurs. Une Approche Sociologique*, Paris, Gallimard, Coll. « bibliothèque Des Sciences Humaines », Open Édition. Ps://Journals.Openedition.Org/Lectures/25494
- Corriveau-Dussault A., (2013), « putnam Et La Critique De La Dichotomie Fait/Valeur », *Phares*, N° Vii-10.
- Coutellec L. (2015), *La Science Au Pluriel*, Paris, Quae
- Dacheux E.. (2022), « communication Et Solidarité Démocratique », *communication* [En Ligne], Vol. 39/2 | 2022, Mis En Ligne Le , Consulté Le 15 Septembre 2023. Url : [Http://Journals.Openedition.Org/Communication/15850](http://journals.openedition.org/communication/15850)
- Dacheux E. (2023). *Comprendre Pourquoi On Ne Se Comprend Pas*. Paris, Cnrs Éditions.
- Dacheux E, Goujon D. (2020), *Défaire Le Capitalisme, Refaire La Démocratie. Les Enjeux Du Délibéralisme*, Toulouse, Eres.
- Dacheux Éric Et Tourya Guaaybess (2021), *Communiquer L'invisible*, Nancy, Pun.
- David, B-G. (2018), *Ong, Compassion À Tous Les Rayons ?* Versailles : Va Éditions.

Dewey J. (1995/1939), « la Démocratie Créatrice : La Tâche Qui Nous Attend », *Horizons Philosophiques*, 5(2), P. 41-48.

Ellul J. (1988), *Le Bluff Technologique*, Paris, Hachette.

Garlot F. (2020), (Re)Penser La Communication Des Associations De Solidarité Internationale Françaises, Thèse En Sciences De L'information Et De La Communication, Université Clermont Auvergne.

Garlot F. (2022), « associations De Solidarité Internationale : Des Pratiques Communicationnelles Souvent Inefficaces Et Contradictoires », *Hermès*, 89, P. 98-103.

Garlot F. (2023), « pour Une Approche Pragmatique De La Communication Solidaire », *communication* [En Ligne], Vol. 40/1 | 2023, Mis En Ligne Le 28 Août 2023, Consulté Le 15 Septembre 2023. Url : <http://journals.openedition.org/communication/17434>

Gauchet M. (2002), *La Démocratie Contre Elle-Même*, Paris, Gallimard.

Gros F. (2017), *Désobéir*, Paris, Flammarion.

Heinich N. (2022), *Ce Que Le Militantisme Fait À La Recherche*, Paris, Gallimard.

Heinich N., (2012), *De La Visibilité. Excellence Et Singularité En Régime Médiatique*, Paris, Gallimard.

Henry M-C. (2021), « avant Propos », Dans Patricia Coler Et Al., *Quel Monde Associatif Demain ?*, Toulouse, Eres.

Hermès (1999), *Les Incommunications*, Paris, Cnrs Éditions.

Hermès (2022), *Les Ong À L'épreuve De La Com'*, Paris, Cnrs Éditions

Horkheimer M., Adorno T. (1947), *La Dialectique De La Raison*, Paris, Gallimard (1983).

Huisman D.s (1985), *L'incommunication*, Paris, Vrin.

Joas H.s (1999), *L'agir Créatif*, Paris, Cerf.

Juan, M. (2019), *Les Recherches Participatives, Enjeux Et Actualités*, État De L'art Pour Le Prix De La Recherche Participative (Fondation De France - Gis Démocratie Et Participation), En Ligne : <https://www.participation-et-democratie.fr/un-panorama-des-recherches-participatives-0> Consulté Le 25 Mai 2022.

Kuhn T.S., (2008), *La Structure Des Révolutions Scientifiques*, Paris Flammarion.

Laville, J-L, Cattani, A. (2008.), *Dictionnaire De L'autre Économie*. Paris : Gallimard.

Lazarsfeld P. (1941), *The People's Choice: How The Voter Makes Up His Mind In A Presidential Campaign*. New York: Duell, Sloan, And Pearce

- Lebon G. (1895), *La Psychologie Des Foules*, Paris, Puf (2013).
- Lepastier S.(2013), *L'incommunication*, Paris, Cnrs Éditions.
- Méadel, C. (2009), *La réception*. Paris, Cnrs éditions.
- Morin E.(1994), *La Complexité Humaine*, Paris, Flammarion.
- Nepton S. (2020), « la Valeur De Kuhn Ou L'épistémologie Contextuelle D'helen Longino », *Phares*, N°2.
- Poitevin D. (2020), « la Question Du Temps Dans La Servitude Numérique », Séminaire Lagon, Rennes.
- Putnam H., (2002), *The Collapse Of The Fact/Value Dichotomy*, Cambridge, Havard University Press.
- Quéré Louis (1991), « d'un Modèle Épistémologique De La Communication A Un Modèle Praxéologique », *Réseaux*, 46-47, P. 69-90
- Rancière Jacques (2000), *Le Partage Du Sensible*, Paris, La Fabrique.
- Rancière Jacques (2000), *Penser L'émancipation*, La Tour D'aigues, Editions De L'aube.
- Robert P. (2016), *De L'incommunication Au Miroir De La Bande Dessinée*, Clermont Fd, Presses Universitaires Blaise Pascal.
- Rodriguez, S. (2006), *Solidarités renouvelées. Faut-il tuer le message ?*, Québec, Presses de l'Université du Québec. .
- Rosa H. (2010), *Accélération, Une Critique Sociale Du Temps*, Paris, La Découverte.
- Ryfman, P. (2008), « Tournant symbolique, crise de l'humanitaire ou crise de la représentation ? » , *Humanitaire. Enjeux, pratiques, débats* [en ligne] n° 18.
- Vitali-Rossi, M. (2019). « le Numérique Une Notion Qui Ne Veut Rien Dire », *The Conversation*, 15 Juillet.
- Viveret P.(2006), « qualité Démocratique Et Construction Des Désaccords » Dans A. Caillé (Dir), *Quelle Démocratie Voulons-Nous ?*, Paris, La Découverte.
- Wiener N. (2004/1948), *La Cybernétique*, Paris, Seuil.
- Winnicoot D.W. (1965), *Jeu Et Réalité*, Paris, Gallimard.
- Wolton D. (2022), *Vive L'incommunication*, Paris, Les Pégrines.
- Wolton D. (2003), *L'autre mondialisation*, Paris, Flammarion.

## Notas

(1) "Basada tanto en la ayuda mutua como en la expresión de reivindicaciones, es tanto una forma de autoorganización como un movimiento social. Esta segunda versión supone la igualdad de derechos para todos los implicados. Partiendo del libre acceso al espacio público para todos los ciudadanos, se esfuerza por profundizar en la democracia política a través de la democracia económica y social" (Laville y Cattani, 2008, p. 610).

(2) "Basada tanto en la ayuda mutua como en la expresión de reivindicaciones, es tanto una forma de autoorganización como un movimiento social. Esta segunda versión supone la igualdad de derechos para todos los implicados. Partiendo del libre acceso al espacio público para todos los ciudadanos, se esfuerza por profundizar en la democracia política a través de la democracia económica y social" (Laville y Cattani, 2008, p. 610).

(3) En esta epistemología tan apreciada por Edgar Morin (1994), es imposible separar al hombre del investigador, al científico del político; por el contrario, son la filiación social y la sensibilidad política las que permiten al científico comprender el entorno social en el que está inmerso, siempre, claro está, que utilice las herramientas teóricas que le permitan distanciarse reflexivamente (Corcuff, 2012).

(4) Este término se explicará en la tercera parte de este texto.

(5) "Pero la idea de un "compartir lo sensible" implica algo más. Un mundo "compartido" nunca es simplemente el ethos, la morada compartida, que resulta de la sedimentación de un cierto número de actos entrelazados. Es siempre una distribución polémica de modos de ser y de "ocupaciones en un espacio de posibilidades" (Rancière, 2000, pp. 66-67).

(6) Rancière J., "Les vertus de l'inexplicable", Cahiers 1 AOC, París, La découverte, p. 160.

(7) Bruno-Geroges David, cita de una entrevista conjunta con Pierre Micheletti en la revista en línea Perspective.

<https://www.alternatives-humanitaires.org/fr/2018/11/09/cest-peu-dire-que-liconographie-humanaire-change-de-facon-extremement-sensible-en-cinquante-ans/>

(8) <https://www.insee.fr/fr/statistiques/7633654>

(9) *Des valeurs. Une approche sociologique*, París, Gallimard, 2017.

(10) En 1904, cuestionó la posibilidad de "un conocimiento de la realidad desprovisto de todo presupuesto", porque "sólo una porción de la realidad singular adquiere interés y significado a nuestros ojos, porque sólo esta porción está relacionada con las ideas de valores culturales con



*las que nos acercamos a la realidad concreta" (Corcuff, 2017). La cita en negrita es de Max Weber, "La objetividad del conocimiento en las ciencias sociales y en la política", [1904], en *Essais sur la théorie de la science*, París, Plon, 1965, p. 162-163.*

(11) Jornada organizada por Résacoop, el grupo de interés público de Auvernia Ródano-Alpes que promueve la solidaridad internacional, el 19 de junio de 2018 en Clermont Ferrand.