XPRESARSE

Libertad, cultura, identidad y tecnología

■ Por **Mónica Daluz**

También tiene internet en su habitación, y como cualquier chica de su edad, necesita expresarse. Pero su caso es especial, como lo es el de millones de mujeres en su situación. Las conversaciones entre ellas son distintas a las que mantienen nuestras jóvenes. Las primeras dan gracias a Alá por disponer de la tecnología que les está cambiando la vida. Para las segundas, la tecnología es una obviedad.

Ella es antisistema o antiinjusticia, o como quiera decirse. Y sí, antes de salir a la calle elige su pañuelo. Tiene un verdadero arsenal de *hiyabs*, de todos los colores, y aunque prefiere los lisos también ha comprado algunos estampados, a juego con sus vestidos favoritos; los pañuelos para el pelo son su debilidad…

A nuestras chicas, la tecnología les hace la vida más fácil y

divertida y a la joven árabe le regala la sensación de respirar aire fresco, de sentirse libre. Sin embargo, no deja de ser una libertad aparente, virtual, pues cada vez que se zambulle en la red lo hace escondida tras el anonimato. Nuestras jóvenes también echan mano del anonimato, pero lo hacen para jugar, la protagonista de esta pequeña historia se oculta tras un alias por puro miedo… Y ese, el anonimato, sí es el verdadero velo de su vida.

Pero algo está cambiando. Parece que ha llegado el momento de que la mujer árabe rompa su silencio. Sólo en Arabia Saudí, las mujeres suponen un tercio de todos los usuarios de la red, lo cual representa un 15% de la población, y la irrupción de los *blogs* hace tan solo dos años, ha significado una vía de escape a través de la cual hacer oír su voz. Sus palabras rebosan irreverencia e indignación. Se quejan de falta de diversiones para ellas, de los matrimonios pactados, de necesitar el permiso del tutor incluso para operarse, de no poderse reír a carcajada limpia en plena calle, y de la obligación de ser acompañadas hasta para ir al supermercado.

Los medios de comunicación en los países con regímenes autocráticos no abordan los temas con rigor y los *weblogs* causan furor entre la juventud en Arabia Saudí, Egipto, Irán, Irak o Siria erigiéndose en un espacio de libertad en un mundo de atmósfera asfixiante, irrespirable. Sólo hay que ver los esfuerzos que los gobiernos de estos países están realizando para acallar este imparable canal para la libertad de expresión. El caso más reciente es la condena al joven *blogger* Abdel Karim Nabil Suleiman, por parte de un tribunal egipcio, por publicar en su página web imágenes y artículos considerados ofensivos por el gobierno del país; de nada sirvieron las peticiones de las asociaciones Reporteros Sin Fronteras(1) y Arabic Network of Human Rights a través de una carta al Ministerio de Justicia de Egipto reivindicando la inmediata liberación del joven *webmaster*.

En algunos de estos países, además, y según el Comité de Protección de los Bloggers, los gobiernos restringen el acceso a la red limitando los lugares de conexión, bloqueando las webs políticas o de contenido sexual o poniéndolo muy caro.

Reporteros Sin Fronteras, organización de periodistas dedicada a la defensa de la libertad de expresión en todo el

(1) Arabia Saudita, Bielorrusia, Birmania, China, Corea del Norte, Cuba, Egipto, Irán, Siria, Túnez, Turkmenistán, Uzbekistán y Vietnam son los países que integran la lista de "enemigos de internet", que el grupo de derechos humanos Reporteros Sin Fronteras elabora periódicamente y en la que aparecen aquellos países que RSF considera que suprimen la libertad de expresión en internet. Por primera vez, Egipto aparece señalado, mientras que Nepal, Libia y Maldivas fueron retirados.

Cada vez que se zambulle en la red lo hace escondida tras el anonimato. Nuestras jóvenes también echan mano del anonimato, pero lo hacen para jugar, la protagonista de esta pequeña historia se oculta tras un alias por puro miedo... Y ese, el anonimato, sí es el verdadero velo de su vida.

Los medios de comunicación en los países con regímenes autocráticos no abordan los temas con rigor y los *weblogs* causan furor entre la juventud en Arabia Saudí, Egipto, Irán, Irak o Siria erigiéndose en un espacio de libertad en un mundo de atmósfera asfixiante, irrespirable.

mundo, ha publicado una *Guía del blogger y del ciberdisidente* para ayudar a los ciudadanos de los países sin libertades a ejercer el ciberactivismo, preservando su anonimato y evitando la censura. El manual muestra la técnica más adecuada para cada situación, y entre las estrategias que propone, se encuentra la publicación de *blogs*. La guía enseña a crear un *blog* en buenas condiciones, darlo a conocer y garantizar su credibilidad.

El desarrollo de la *blogosfera* árabe es imparable -en Egipto, por ejemplo, el número de bitácoras se duplica cada seis meses- y destaca el uso de los *blogs* en los ámbitos del derecho, el activismo y el periodismo ciudadano. Aunque el acento recae sobre los contenidos políticos, abordándose cuestiones de política nacional como la corrupción, la sanidad o la educación, el abanico temático de los *blogs* árabes es muy amplio y los *bloggers* también escriben sobre cultura; médicos que hablan de medicina o de la situación de la sanidad en el mundo árabe... Sin embargo, las altas tasas de analfabetismo y el bajo índice de conexiones hace que la red sea todavía una herramienta accesible primordialmente a los jóvenes de clase media y educada.

Pero, además de disidencia o información alternativa, el uso de la red y los *blogs* se está convirtiendo en una herramienta de construcción de la identidad personal y colectiva. De alguna manera la red hace emerger a los invisibles y con ello probablemente será la propia ciudadanía quien contribuya a romper con los estereotipos que de ellos se tiene en el extranjero con respecto a la uniformidad de pensamiento. Ahí está la reacción de la *blogosfera* musulmana ante el asunto de las

Lo cierto es que el mundo se está rediseñando y en la nueva configuración de los pueblos del planeta, de sus relaciones, de sus transacciones y hasta de su autoconcepto, la presencia de la tecnología juega un papel determinante.

Y es que nuestra particular revolución cultural llegó con la irrupción de los medios de comunicación de masas; buena parte de la identidad cultural occidental ha sido definida por los *mass media*.

caricaturas de Mohamed publicadas en un diario danés, con la creación del sitio web *We are sorry*, donde se puede leer: "Pedimos sinceramente disculpas al pueblo de Dinamarca, Noruega y toda la Unión Europea por las acciones de unos pocos, y condenamos completamente todas las formas de vandalismo e incitación a la violencia que ha visto el mundo árabe y musulmán. Esperamos que este triste episodio no perjudique la gran amistad que nuestros pueblos han cultivado durante décadas."

Y si internet está siendo utilizado por la ciudadanía de países sin libertades para expresar ideas, desahogar frustraciones o debatir temas tabú, el verdadero libertador de la mujer árabe está siendo el teléfono móvil, que deviene en esas sociedades un cómplice al servicio de la amistad y del amor. Al parecer, el móvil es el único modo para que hombres y mujeres hablen libremente, en situaciones en las que, de otro modo, las estrictas normas sociales lo impedirían.

Lo cierto es que el mundo se está rediseñando y en la nueva configuración de los pueblos del planeta, de sus relaciones, de sus transacciones y hasta de su autoconcepto, la presencia de la tecnología juega un papel determinante.

En el llamado Primer Mundo, el paso de las sociedades jerárquicas, disciplinarias, con fuertes mecanismos de control, y en las que religiones y tradiciones producían creencias colectivas y homogéneas y pautaban comportamientos, a la modernidad, vino de la mano de la combinación de la técnica y el liberalismo económico, con la Revolución Industrial como telón de fondo. La Revolución Industrial supuso el mayor cambio tecnológico, socioeconómico y cultural de la historia, y sus efectos, cimentados sobre los drásticos incrementos en la capacidad de producción como consecuencia de la irrupción de la máquina de vapor, se esparcieron por toda Europa occidental y América del Norte durante el siglo XIX. Así llegó la modernidad, que vino a ser la materialización de los ideales ilustrados(2), que aspiraban a la autonomía y soberanía del individuo. La modernidad supone la emancipación de las tradiciones, las doctrinas y las ideologías heredadas, y la posibilidad política de cambiar las reglas del juego de la vida social(3). La superación de la sociedad industrial por la sociedad posindustrial, que tuvo lugar a lo largo del tercio central del siglo XX, se ha llamado posmodernidad. En este tránsito, las grandes estructuras socializadoras perdieron su autoridad y las grandes ideologías y los proyectos históricos dejaron de movilizar. En ese hervidero de aspiraciones individuales y de búsqueda de la felicidad privada que supuso el advenimiento de la llamada posmodernidad, habitaba un elemento que fue condicionante de la transformación: la moda, las modas. Sobrevino una hipervaloración de lo nuevo y se instaló el reinado de lo efímero en contraposición al pasado, que entra en una fase de permanente descalificación; el pre-

(2) Se denomina Ilustración o Siglo de las Luces a la corriente intelectual de pensamiento que dominó Europa y en especial Francia e Inglaterra durante casi todo el siglo XVIII y que abarca desde el Racionalismo y el Empirismo del siglo XVII hasta la Revolución Industrial, la Revolución Francesa y el Liberalismo. La confianza en el poder de la razón y la utilización del método lógico-matemático para explicar los razonamientos, y del empírico para confirmarlos cuando ello es posible, son algunas de sus principales características.

(3) En términos sociales e históricos, a la modernidad se llega tras la transformación de la sociedad preindustrial rural tradicional a la sociedad industrial y urbana moderna que se produce con la Revolución Industrial y el triunfo del capitalismo. Hay que distinguir, por tanto, la Edad Moderna que comienza en el siglo XV, del concepto de modernidad.

Atrás quedó la euforia tecnológica y cientificista de la era Newton, primero, cuyas leyes parecían explicarlo todo sobre los fenómenos físicos, o de la conquista de la Luna después, una carrera cuyo desenlace fue, de algún modo, el preludio de lo que ocurriría 20 años después en Berlín.

sente prima sobre el futuro. Las grandes certezas ideológicas se diluyen y emergen las singularidades subjetivas dando lugar a sociedades más elásticas… La cultura popular producida industrialmente pasa a un primer plano frente a la cultura tradicional y el arte clasicista y académico. Por primera vez, el arte recogía las tendencias que circulaban por las calles y los elementos de consumo son convertidos en obra artística, con imágenes y temas tomados del mundo de la comunicación de masas. Y es que nuestra particular revolución cultural llegó con la irrupción de los medios de comunicación de masas; buena parte de la identidad cultural occidental ha sido definida por los *mass media*.

Más tarde, en los 80 y los 90, la globalización neoliberal y la revolución de las tecnologías de la información culminaron la entronización del presente. La circulación acelerada de los capitales a escala global y el apremio de rentabilidad rápida, unido a la presencia de los medios electrónicos e informáticos, que posibilitan las informaciones en tiempo real (simultaneidad e inmediatez), nos ha abocado a la cronocompetencia.

La afirmación de lo individual sobre lo colectivo por la vía de la subjetivación del gusto nos condujo hacia el imperio de la apariencia, que hoy reversionamos entrando en un consumo por placer, por satisfacción propia; algún teórico lo ha definido como “lujo emocional”, experiencial, psicologizado, en fin, se ha pasado de un consumo de teatralidad social a otro de sensaciones íntimas.

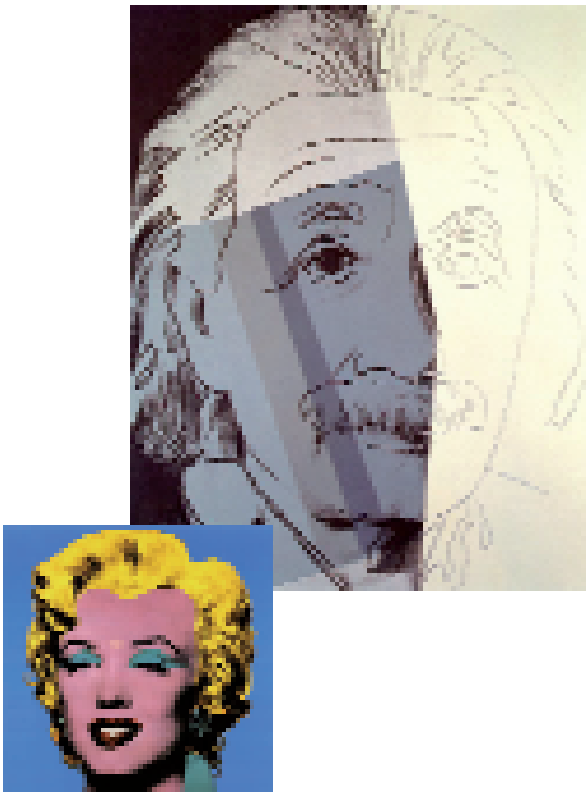
La observación de los matices también nos cuenta que el predominio de lo frívolo ha sido reemplazado por un tiempo de incertidumbre. La preocupación por la inseguridad, la salud, el terrorismo, las catástrofes y las epidemias, son algunos de los síntomas. Las inquietudes ciudadanas se refieren hoy, no a grandes ideologías teorico-filosóficas, sino a realidades que atender con cierto carácter de urgencia, como la seguridad, la defensa de las conquistas sociales, las causas humanitarias y la custodia del planeta. Nuestra relación con el progreso se ha vuelto algo insegura y las expectativas de prosperidad conviven con la idea de posibles amenazas y catástrofes. Atrás quedó la euforia tecnológica y cientificista de la era Newton, primero, cuyas leyes parecían explicarlo todo sobre los fenómenos físicos, o de la conquista de la Luna después, una carrera cuyo desenlace fue, de algún modo, el preludio de lo que ocurriría 20 años después en Berlín. El capitalismo llegó para quedarse, así que el reto está en buscar mecanismos dentro de las estructuras de este sistema económico, para incorporar los nuevos y apremiantes valores sociales. Y es en ese punto de la evolución social en el que nosotros nos hallamos.

Pero ¿cómo lo harán ellos? A los países emergentes les ha llegado la hora de dar su particular salto hacia la sociedad del bienestar y para ello cuentan con elementos y panoramas distintos a los existentes durante nuestro proceso de transformación social y económica. La digitalización y la globalización son su materia prima, sus herramientas, y al mismo tiempo sus condicionantes. Se habla de choque de civilizaciones, pero el verdadero conflicto se está produciendo en dichas sociedades, que en estos días se juegan su futuro sentando las bases de lo que serán, a golpe de globalización. La tradición cultural y el impacto de la globalización de la ciencia y la tecnología ha provocado una tensión entre la tradición y la modernidad. Muchos países asiáticos conservan sistemas feudales enmascarados por estructuras democráticas, mientras en otras regiones la población venera las tecnologías y

El capitalismo llegó para quedarse, así que el reto está en buscar mecanismos dentro de las estructuras de este sistema económico, para incorporar los nuevos y apremiantes valores sociales.

nace una hasta ahora desconocida avidez por consumir. El desarrollo de occidente no tuvo referentes, pero hoy, la globalización de los medios de comunicación, además de hacer a los pobres conscientes de su posición marginal, transmite modelos sociales ajenos a estas sociedades.

Mientras en India y en los países árabes se camina hacia el desarrollo con modelos y convicciones que persiguen cierta armonía, evitando rupturismos, y que tratan de encajar las novedades dentro de su propia idiosincrasia, China (tras tres décadas creciendo a un ritmo superior al 9% anual) se occidentaliza compulsivamente, dando lugar, además de a nuevos hábitos e iconos culturales importados, a grandes desequilibrios económicos y sociales. La desigualdad, la contaminación, la corrupción o la dependencia exterior colocan a la que se ha convertido en cuarta potencia mundial, en una situación de preocupante inestabilidad y pone en cuestión su modelo de desarrollo, que fue y sigue siendo el nuestro. Occidente llegó antes y explotamos el planeta a nuestras anchas, pero ahora les pedimos que se controlen y que busquen nuevos caminos para llegar al bienestar, porque ellos son muchos, y los recursos no dan para más…



Muchas son pues las diferencias entre uno y otro panorama en la línea de salida hacia el bienestar. Para empezar, estos países que acaban de poner el turbo a su desarrollo, tienen unos espectadores de excepción, los países -las empresas- que ya instalados en la riqueza, toman posiciones para sacar tajada de los recién llegados al progreso. La India es -junto con China- uno de los países con más posibilidades (su economía crecerá el 9,2% durante el presente año fiscal 2006-2007), sobre todo en la industria tecnológica. Lo estamos viendo estos días. El grupo británico de telefonía móvil Vodafone acaba de hacerse con el cuarto proveedor indio Hutchison Essar que ha adquirido por 11.000 millones de dólares. Y es que se espera que India crezca de los 150 millones de clientes actuales de telefonía móvil a 500 en 2010, añadiendo de cinco a seis millones de usuarios al mes. Otro dato en este sentido es que casi un 90% de los nuevos usuarios de telefonía móvil durante los próximos cuatro años se captarán en los mercados emergentes. 65 millones de chinos se estrenaron en el uso del móvil en 2006, y en África, los usuarios han crecido un 1.000% en los últimos cinco años.

De hecho, la corriente de toma de posiciones de empresas norteamericanas y europeas en Asía se inició hace unos años; sin embargo, el recién clausurado congreso mundial de telefonía 3GSM en Barcelona ha puesto de manifiesto que operadores y fabricantes asiáticos han tomado ventaja en la oferta de servicios. Empresas chinas, coreanas, japonesas o taiwanesas son las mejor posicionadas en el segmento de contenidos para móviles. Como curiosidad, y no por casualidad, la primera película india realizada para el móvil, *Bollywood goes Mobile*, se presentó en el 3GSM. Y es que India es el primer productor de cine del mundo por número de filmes (con una media anual de producción de 900 largometrajes) y en telefonía móvil es el mercado emergente más importante de Asia, después de China. Lo cierto es que el cine en India es un fenómeno social; hay carteles en la calle, en los taxis se escucha música de las películas y en la televisión se transmiten danzas que se ven en las salas de exhibición. Recordemos que la India es un país donde el 90% de la población está rozando el umbral de la miseria; no hay dinero para tener televisores, ordenadores..., así que el cine se convirtió desde hace años en la mejor manera de entretenerse toda una tarde de forma muy barata. Vemos pues, que también las sociedades emergentes están utilizando los medios de comunicación para construir sus propios iconos culturales de la nueva era.

La evolución social y cultural discurre paralela al devenir tecnológico y hoy este acontecer nos lleva al mundo de lo unipersonal, con el teléfono móvil como estandarte. Esta herramienta se está convirtiendo en un centro conectivo personal portátil, que centraliza los intereses de sus usuarios: interconexión personal por razones de trabajo, amistad y sociabilidad; intercambio de imágenes; ver fotografías; escuchar música; ver televisión a la carta y sin exigencias espaciotemporales; obtener recursos, localizar y ser localizado, verse con

En cualquier caso, unos y otros; los posmodernos con economías ricas, y los gigantes que recién despiertan y que no están más que calentando motores para tomar su turno y su porción, estamos ligados y condicionados por los desarrollos tecnológicos.

el interlocutor mientras se habla, acceder a distintas opciones de entretenimiento. Y además, todas estas prestaciones, usos y gratificaciones adoptarán una forma personalizada, de modo que tanto el objeto como el uso serán indicadores de la propia personalidad.

Entre los nuevos derroteros de la industria de la telefonía móvil, cabe una observación: como fuente de ingresos, la voz no da para más, deja de ser negocio, así que la industria se tira a la red. Menos voz y más red parece ser la consigna.

Si hasta ahora los operadores de telefonía móvil se centraban en proporcionar juegos y música, ahora es la velocidad de conexión para la transferencia de datos el eje de la oferta. Además, los operadores de redes de telefonía móvil no serán los únicos a quienes paguemos nuestra cuota. Suministradores de tecnologías, de servicios y de contenidos serán otros tipos de empresas de las que nos proveeremos para el uso del aparato.

Las tendencias en el sector de la telefonía ponen sobre la mesa elementos como la convergencia (móviles que puedan pasar de una red de telefonía móvil a una red WiFi sin que caiga la llamada en curso), los contenidos generados por consumidores (cómo encajan en el ecosistema móvil páginas web populares, como MySpace o YouTube), la tecnología de redes (las redes UMTS ahora ofrecen velocidades de banda ancha para descargas/*downlink*, el reto está en potenciar las velocidades de *uplink*, para que los usuarios puedan cargar sus contenidos de forma más rápida -HSUPA-), la televisión en el móvil (los primeros lanzamientos comerciales nos hablarán del potencial de este negocio), el protocolo de internet (los operadores móviles implantan IP en sus redes, para lanzar nuevas combinaciones de servicios y reducir costes operativos), la publicidad vía móvil (un campo virgen sobre el que investigar), las Near Field Communications (las tecnologías de comunicaciones de proximidad permiten que los móviles se utilicen como monederos, billetes electrónicos, llaves, lectores de códigos de barra, etc.) y los mercados emergentes (algunas innovaciones que se están viendo en los países en desarrollo podrían ser modelos a seguir por los países desarrollados, como los micropagos en Filipinas). El Congreso Mundial 3GSM ha dejado claro que las firmas orientales se han colocado por delante de sus competidores europeos y ofrecen servicios que convierten la pantalla del móvil en otro escenario para el ocio.

Este año, la telefonía móvil alcanzará los 2.200 millones de usuarios en todo el mundo y según declaraciones de Olli-Pekka Kallasvuo, presidente de Nokia, en 2010 se llegará a los 4.000 millones. Nadie queda excluido de esta "fiesta". Operadores y fabricantes van a por todas, o mejor dicho, a por todos..., los segmentos. En España, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, más de un millón de niños de entre 10 y 14 años tenían móvil en 2005, un 55% de este segmento poblacional. Vodafone y Disney contraatacan con una propuesta de móvil para niños, tras el acuerdo alcanzado entre Movistar y la cadena de juguetes Imaginarium para el lanzamiento del MO1 el pasado octubre. El éxito de estos "juguetes" ha llevado a Imaginarium a

Pero ¿cómo lo harán ellos? A los países emergentes les ha llegado la hora de dar su particular salto hacia la sociedad del bienestar y para ello cuentan con elementos y panoramas distintos a los existentes durante nuestro proceso de transformación social y económica. Para empezar, estos países que acaban de poner el turbo a su desarrollo, tienen unos espectadores de excepción, los países -las empresas- que ya instalados en la riqueza, toman posiciones para sacar tajada de los recién llegados al progreso.

crear un aparato de segunda generación, que incluye cámara fotográfica y reproductor MP3. Mientras, la Federación de Consumidores en Acción (Facua) considera estas iniciativas comerciales "una gran irresponsabilidad sanitaria y educativa". Hasta el Parlamento Europeo se ha pronunciado, alertando de que "el uso de móviles entre los niños es perjudicial para la salud".

Pero ahí va un dato para la reflexión: el 80% del parque de móviles tiene función de correo electrónico, sólo el 10% de los abonados lo usa... A esto se añade que el 81% de los usuarios no está dispuesto a pagar más de ocho euros para disponer de contenidos adicionales. Además, un 85% de los españoles no vería televisión en el móvil si no se reducen las tarifas. Este es el panorama que revelan las conclusiones de un estudio realizado por la consultora Dnx entre más de un millar de usuarios de móviles en España, y que pone de manifiesto que el actual modelo basado en cuotas por navegación y precio por descarga es una barrera para el crecimiento del consumo de servicios móviles de valor añadido como la televisión. El informe refleja también que los formatos más adecuados serán aquellos que mejor se adapten a los momentos de espera: contenidos de corta duración para ser consumidos en estaciones o paradas de autobús y tren, o tiempos muertos en el aeropuerto o en el coche.

La industria se empeña en conceder al ordenador el honor de ser el centro de entretenimiento del hogar, la herramienta de conexión universal. Pero el ordenador nació en un contexto *business* y parece una herramienta de producción, mientras el móvil procede de la cultura del ocio. La popularización masiva de un recurso comunicacional pasa por su adaptación a la privacidad doméstica. Formamos nuestros referentes, hoy más que nunca, a través de la

La joven árabe de nuestra fábula se subleva ante la idea de que el resto del mundo piense que los árabes viven todos en jaimas o asocie el término "árabe" a la imagen espeluznante de los aviones impactando contra los rascacielos gemelos..., del mismo modo que se tiende a meter a "los americanos" en el mismo saco, como si todos se fueran paseando por ahí con sombrero de *cowboy*, o guardaran un revólver del 45 en la mesita de noche...

información visual, y el diseño se erige en elemento clave en la elaboración de nuestros procesos de percepción. Para acertar en que el consumidor acepte o no un producto, el diseñador deberá también tener muy en cuenta los modelos ya instalados. Así, el ordenador es difícilmente disgregable de la idea de máquina para trabajar, y es por eso que el móvil se perfila como el aparato que centralizará nuestro ocio digital.

La radio se hizo omnipresente con la aparición del transistor; la portabilidad fue la clave de su éxito. La televisión tenía pendiente miniaturizarse, y con el móvil le ha llegado la hora, la hora de la portabilidad, aunque el tema parece que está encallado en la adaptación de la programación televisiva a dicha miniaturización.... Primero fue el cine, después la televisión y más tarde el ordenador. Hoy el teléfono se convierte en la cuarta pantalla, en el punto de convergencia de la suma total del acceso, dando origen al sustituto del PC como puerta de entrada a internet.

En cualquier caso, unos y otros; los posmodernos con economías ricas, y los gigantes que recién despiertan y que no están más que calentando motores para tomar su turno y su porción, estamos ligados y condicionados por los desarrollos tecnológicos. Las nuevas generaciones de los países asiáticos y africanos, como la joven árabe de nuestra fábula, ven en las actuales herramientas de comunicación una vía para construir el futuro de sus sociedades y construirse a sí mismos.

Y si la red está sirviendo a la cimentación de identidades personales, otro fenómeno ha llegado de la mano de las nuevas tecnologías: el de la transformación de las identidades nacionales. Sí, hemos de pagar el precio de la homogeneización y, por supuesto, corremos el riesgo del tópico, del estereotipo. La joven que abre este artículo se subleva ante la idea de que el resto del mundo piense que los árabes viven todos en jaimas o asocie el término "árabe" a la imagen espeluznante de los aviones impactando contra los rascacielos gemelos..., del mismo modo que se tiende a meter a "los americanos" en el mismo saco, como si todos fueran paseándose por ahí con sombrero de *cowboy*, o guardaran un revólver del 45 en la mesita de noche... Pero ese tipo de reduccionismo ha existido siempre y aunque nos hallamos en plena era "fusión" -musical, gastronómica, estética...- y estemos aprendiendo a saborear culturas no propias y cada vez más se eduque en una alfabetización visual crítica y en el conocimiento de los orígenes del estereotipo, parece difícil librarse algún día de él.

Por otro lado, la capacidad de transmitir y fijar símbolos de identificación de culturas y sociedades está deslizándose hacia la ciudadanía, gracias al acceso a los canales de comunicación y a la globalización de los mercados. Si durante la guerra fría la reputación de los países dependía de los programas propagandísticos, hoy la imagen de un país en el extranjero está ligada también a la percepción de sus empresas y productos. Ello ha sido consecuencia del incremento del flujo de bienes y servicios, que ha hecho que los países sean cada vez más conocidos por sus productos culturales y comerciales. Y es que la fuerza de los mercados ha ganado la partida a los estados. Si un día hicimos simbólica entrega de nuestra parte de soberanía a través de un contrato "universal" con el que nos pusimos en manos de un estado protector, hoy parece que la historia pone de nuevo en nuestras manos la responsabilidad sobre un incierto futuro.

La joven árabe sueña con abrir un centro de acogida para mujeres maltratadas. Ha estudiado inglés, así que se maneja a la perfección en la red. Ya ha contactado con dos asociaciones de ese tipo, una en Oregon, en el estado de Ohio, y otra en la localidad francesa de Montfermeil. A diferencia del centro francés, en el americano no hay ninguna mujer de procedencia árabe, pero las historias de unas y otras son tan parecidas que ese es un detalle irrelevante. Enfrascada en su charla *on line* a tres bandas, una señal acústica le avisa de que alguien acaba de conectarse a su línea de mensajería instantánea. Es el compañero de facultad que le tiene robado el corazón; hace meses que hablan de sus aspiraciones, de sus sentimientos, de política, de religión, de arte… Para él, hablar de todas esas cosas con una mujer ya no es nada del otro mundo. Al verle aparecer en su PC la muchacha ha tenido un impulso irrefrenable, ha decidido hacer algo muy poco convencional: se va a declarar.

Hombres y mujeres como ellos abrirán el camino hacia un futuro en libertad. Y es que hoy las ideas fluyen en la red y el conocimiento mutuo entre las culturas también. Las distancias se acortan y las diferencias se diluyen. Los nuevos canales de comunicación y la globalización de los mercados, que propician la posibilidad de bienestar económico para todos, y el panorama de unos recursos limitados, nos colocan a ellos y a nosotros en un mismo navío y en idéntico rumbo. Así pues, el ser humano tiene la última palabra.

◎ Para opinar sobre el tema de este artículo:
monicadaluz@telefonica.net