

LA PÍLDORA ROJA. APUNTES SOBRE LAS TENSIONES ENTRE TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Matías David López
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)
matiasdlopez@yahoo.com.ar

Resumen

Este trabajo se propone indagar acerca de las tensiones entre las (nuevas) tecnologías y comunicación alternativa. Cómo se posicionan las estrategias de intervención alternativas en el campo de la comunicación tomando la potencialidad y posibilidad de construir medios de comunicación, a partir de las innovaciones tecnológicas, y constituyéndose en herramientas útiles y necesarias para poder difundir y dar a conocer los discursos, mensajes e informaciones contrainformativas de manera eficaz y coherente. También, abordaremos la perspectiva de las intervenciones simbólico-culturales, que plantean la puesta de la comunicación *en acto* en el espacio público, construyéndolo como escenario de contradicción y disputas, y también como espacio de reivindicación de lo público y el encuentro. Para este análisis tomaremos los aportes de la discusión entre Eizenberger y Baudrillard sobre las acciones en el Mayo Francés de 1968 y la tensión con las nuevas miradas y prácticas en el campo de la comunicación y la cultura.

Palabras clave: comunicación alternativa, tecnologías, intervención y espacio público.

“Nos toca elegir a nosotros: píldora azul, todo está en calma, nadie se acordará de nada y continuaremos juntos felices cantando «otro mundo es posible». Píldora roja: vamos dentro para sabotear Matrix.” Luca Casarini, intelectual-militante no-global de Italia.

“Esta red de comunicación alternativa no es una estructura organizativa, no tienen centro rector ni decisorio, no tiene mando central ni jerarquías. La red somos todos los que hablamos y escuchamos.” Subcomandante Insurgente Marcos, EZLN.

Un hecho está cobrando cada vez más relevancia en un momento histórico de monopolización de la comunicación mediática en pocas manos y de la “espectacularización de la vida”: la generación de medios de comunicación alternativa y de otras expresiones que, desde el campo de la comunicación y cultura, se posicionan desde otro lado para mirar y construir la realidad. Estas experiencias contrahegemónicas son las que analizaremos en este trabajo, vinculándolas con la proliferación de las tecnologías y su utilización para las producciones y objetivos que buscan desarrollar y alcanzar, así como en su búsqueda de realizar nuevas formas de comunicación y de ejercitar la práctica política.

Es importante marcar que las tecnologías atraviesan toda la vida social. Un dato objetivo es el cada vez mayor acceso a ellas por parte de amplios sectores de la sociedad –sobre todo a partir de fines de los años 70 y comienzos de los 80 con el abaratamiento y proliferación de muchas herramientas técnicas–: ondas cortas, antenas, transmisores, satélites, máquinas de fotocopiado, impresoras, teléfonos, cámaras de video, computadoras personales, cámaras digitales, teléfonos celulares, etc., así como plataformas virtuales y software: la red Internet, bases de datos, extensión de sitios y páginas, programas de diseño y edición.

Los flujos comunicativos más diversos, los procesos productivos, los modelos de trabajo, las subjetividades y prácticas culturales son condicionadas y producidas en una época histórica donde gran parte de la humanidad utiliza y se relaciona con las tecnologías. Por eso, no se las puede pensar sólo en una forma de externalidad de los sujetos sino más bien como prótesis de los cuerpos humanos, que los constituyen, dándole características propias y formas de relación y socialización.

Desde una parte importante del campo de la Comunicación Alternativa (CA) –que cuestiona el uso y la propiedad de las tecnologías que realizan los sectores dominantes de la sociedad– se piensa que este contexto puede servir para constituir potencialmente un sujeto productor de comunicación, masivo y popular, que genere sus propios discursos y medios, y aquí radican las perspectivas que intentan tomar y vincularse a las nuevas tecnologías.

Siguiendo con esta línea de argumentación, podemos afirmar que en las últimas décadas el elemento tecnológico cobró mayor importancia en las reflexiones y las prácticas alternativas de comunicación. En coincidencia con H. Eizenberger muchas experiencias de CA entienden que la tecnología potencia la posibilidad de construir medios de comunicación, pero para lograrlo es preciso estrategias políticas que transformen esos medios. Así los medios son caracterizados como portadores de un poder movilizador, un potencial de politización que es necesario desplegar (1).

Esto fue sobre todo tomado y ejercitado por experiencias que se posicionan –en términos generales– desde la “contrainformación”

(hacktivistas, agencia alternativas, mediactivistas, programas radiales, radios alternativas, muchas que transmiten sólo por Internet, etc.) donde algunos se proponen “cortocircuitar” el discurso mass-mediático hegemónico y otras además pretenden aportar información desde la propia perspectiva de los movimientos sociales y políticos que apuestan a un cambio social.

Estas estrategias de intervención en el campo de la comunicación, se proponen construir información verídica desde los movimientos; generar una práctica colectiva para constituir a toda persona en un emisor y productor de comunicación; aportar conocimientos para que se pueda desarrollar y socializar esa práctica y que pueda generar articulación política entre las experiencias, y toma a las (nuevas) tecnologías como herramientas útiles y necesarias para poder difundir, dar a conocer los discursos, mensajes e informaciones contrainformativas de manera eficaz y coherente. En palabras de Enzensberger “toda estrategia socialista de los medios ha de tender (...) a la eliminación del aislamiento de los participantes individuales en el proceso social de aprendizaje y producción. Pero esto no es posible sin la auto-organización de los interesados” (2).

Otra premisa relacionada, es que las tecnologías son entendidas como fuerzas productivas sociales, es decir, no se le deben poner frenos, sino aportar a su expansión y desarrollo). Así, los medios de comunicación *son medios de producción* inmaterial o simbólica –“industria de la conciencia” para Enzensberger–, por lo que estas estrategias deben dar la batalla en ese campo de las ideas, los modos de ver el mundo y construir la realidad. Aquí entra una crítica de Jean Baudrillard (3), que sostiene que la teoría marxista es limitada para poder entender la producción simbólica, ya que se constituyó como análisis y crítica de la producción “material” –sería homogénea con su objeto y no se puede generalizar– y así no es adecuado reinterpretar la producción de sentido, signos y mensajes en términos de fuerzas productivas.

Desde esta perspectiva, podemos entender que la relación Tecnología/CA se funde y estrecha pero no se confunde, ya que para muchas de las experiencias existe un *objetivo político claro-determinado: utilizar a las tecnologías con “otros fines” opuestos a los hegemónicos*. Entonces lo que cobra importancia es: el uso de las tecnologías con un fin contrainformativo, y sobre todo, la creación de medios como *herramientas para la lucha política*. Es decir, aportar desde la comunicación a hacer visibles las luchas, demandas y cambios sociales que producen los sujetos políticos. Sin entrar en un análisis profundo, podemos decir que las diferentes experiencias de comunicación plantean que el sujeto de cambio sería: el “campo popular”, “los trabajadores”, “el pueblo”, “los movimientos sociales”, “la multitud cooperante”, entre otros términos utilizados. Así, se sostiene, como el autor alemán, que el problema no es la manipulación de los medios y las tecnologías, sino *quién* los manipula y *hacia dónde*. Se puede entender que plantean introducirse en la lógica tecno-mediática para *destruirla o alterarla* a partir de construir otra lógica en la comunicación: participativa y no comercial, apuntando a una producción e intercambio recíproco y cuestionando la propiedad de los medios y la producción de información. Así, aparece –vinculado a lo planteado por H. Enzensberger– la propuesta de “otro uso”, no represivo sino liberador de los medios y tecnologías de la comunicación (4).

Dentro de los movimientos de mediactivistas, que surgieron a finales de los 90 con las protestas y movilizaciones contra la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Mundial (BM), el Foro de Davos, el Fondo Monetario Internacional (FMI), existe una frase –famosa– que puede ilustrar y sintetizar esta perspectiva para entender y tomar a las nuevas tecnologías y los medios de comunicación de masas: “No odies a los medios, sé los medios” o “haz tú los medios”, que sobre todo fue impulsada por los colectivos Indymedia (el original en inglés es: “Don't hate the media be the media”, frase del músico de rock-punk y activista Jello Biafra). Y esto se relaciona con algunas expresiones de movimientos sociales latinoamericanos, cuando afirman la necesidad de “tener medios propios”. De construir la auto-gestión de la comunicación (5).

La apuesta de estas experiencias es la apropiación tecnológica y su resignificación como *bien de uso* comunitario, público y colectivo, que junto con la socialización de los conocimientos son los ejes centrales para que se concreten. También es fundamental la transformación de espectadores pasivos (consumidores) en espectadores críticos, que pueden constituirse en productores de un nuevo imaginario y que tomen la tarea de construir medios propios, son la base de estos proyectos, de estas estrategias en el campo de la comunicación.

Otro de los elementos fundamentales de la relación entre CA y Tecnología es el *paradigma de la red*: forma organizativa tomada por un gran número de experiencias de comunicación, donde existiría una conexión horizontal o lateral de nodos y/o sujetos con autonomías locales para determinadas decisiones y prácticas (estas redes ponen en cuestión y tensan los límites fijados del estado-nación ya que su confluencia es más por afinidad política que por condicionantes geográficos). La apuesta es no generar una jerarquización y centralización en la toma de decisiones, ni una homogenización de “líneas”, visiones y tratamientos. A su vez, hay una propuesta muy fuerte de alcanzar instancias para compartir y socializar saberes, y la red se construye como posibilidad para que estos circulen.

Podemos entender que en esta relación entre CA y tecnología, y el rol que se le asigna a esta, existen múltiples tensiones tanto prácticas como conceptuales. Para finalizar podemos resumirlas en los siguientes puntos:

- Primero, existe un problema de “acceso”, porque si bien cada vez hay mayor contacto y conocimiento sobre las tecnologías, se

entiende que al mismo tiempo hay una mayor complejidad y que las tecnologías de avanzadas son restringidas a los técnicos, informáticos e ingenieros y sus costes son mucho mayores, con lo cual el objetivo de las experiencias de CA no puede ser competir en la llegada y recepción de sus mensajes (6). A su vez, de modo paradójico, hay que entender que desde el movimiento social se ha inventado, generado y potenciado el desarrollo tecnológico con visiones antagonistas, y no sólo es una atribución de los sectores de poder.

- Una tensión que sigue existiendo en el campo de la comunicación alternativa en su relación con las tecnologías –y que ya estaba presente en la discusión entre Hanz Enzensberger y Jean Baudrillard– es la *integración o captura* de estas experiencias de parte del sistema de medios hegemónico, su mutación hacia la lógica espectacular (convertirse en “mercancía”) (7) al no poder sustraerse de la lógica mediática y la estructura técnica. En este sentido, una discusión presente (y no resuelta) en el campo es cuánto determinan a esas experiencias la forma, estructura y sustancia de las tecnologías.

- Además otra tensión puede existir con relación a las *estructuras en red* –antes mencionadas–, no son de uso “exclusivo” o propio de las experiencias alternativas, antagonistas, subversivas en la comunicación y la política. Las formas *en red* también son parte importante de los modos/modelos contemporáneos de producción y circulación –que algunos análisis denominan “postfordista”–, donde hay instancias de centralización y jerarquía en manos del mando capitalista. También, este paradigma descentralizador de la red y los flujos ha entrado en juego como parte de la maquinaria puesta a desmontar la hegemonía y la soberanía del estado-nación benefactor y a abonar el pasaje a una *sociedad de mercado*, donde esta lógica cubre a todas las relaciones de la sociedad, subsumiendo a otros ordenes (estado, sociedad civil, etc.). Entonces, este paradigma de la red es a la vez producido, alimentado y utilizado por dos paradigmas diferentes y opuestos: *libertad y dominio* o *potencia y poder*. Socialización de un lado y código cerrado (y propiedad privada) del otro.

En la argumentación sobre la relación CA / Tecnologías, hay que aclarar que no se cuestiona, resiste y lucha contra las relaciones del poder capitalistas por poseer herramientas tecnológicas –esta es de algún modo una de las críticas de J. Baudrillard–. Estas por sí mismas no conducen a resistir, no nos liberamos sólo por tenerlas, ni se ganan las batallas *por el sentido* (su construcción y circulación) de los acontecimientos sólo porque tengamos medios independientes, alternativos, antagónicos o contrainformativos.

Más allá de la **red**: espacio público y guerrilla de la comunicación

“La guerrilla de la comunicación quiere socavar la normalidad y la pretendida naturalidad del orden imperante (...) Su proyecto es la crítica a la no-cuestionabilidad de lo existente (...) abriendo espacios en vez de cerrarlos o fijarlos, se crean posibilidades de visiones y pequeñas anticipaciones de una alternativa a la sociedad actual. En esos momentos es posible que los sujetos actúen de otra manera que de costumbre, que desarrollen prácticas cuya experimentación les haga cambiar no sólo lo que dicen, sino también lo que hacen.” Grupo autónomo a.f.r.i.k.a. / Luther Blisset – Sonja Brünzels.

Tomaremos los aportes del *Manual de la Guerrilla de la Comunicación* (Virus editorial, España, 2000) para analizar a otras tendencias en el campo de la comunicación alternativa que plantean la necesidad de realizar una crítica a las relaciones sociales de dominio en los discursos sociales y sus formas, introducirse en la comunicación interpersonal y en la *gramática cultural* para alterar los códigos culturales y generar instancias de otra comunicación *en acto*.

Estas experiencias, si bien no ponen en un primer plano la utilización de la comunicación mediática, no se plantean opuestas a las experiencias antes caracterizadas. Pero sí entienden que la *comunicación alternativa* no se debe limitar a intervenir en los medios de comunicación de masas o en la construcción de medios no comerciales, que es preciso construir estrategias no sólo para construir informaciones contra los discursos hegemónicos, sino que es preciso afirmar prácticas de cambio social, construyendo una cultura alternativa y subjetividades que posibiliten pensar otra sociabilidad y ejerzan anticipaciones de ella.

Esta perspectiva tiene vinculación con lo expuesto por Jean Baudrillard en *Crítica a la economía política del signo* cuando afirmaba la potencialidad subversiva de las intervenciones simbólicas en el mayo francés de 1968: “el verdadero medio revolucionario (...) fueron los muros y su palabra, las serigrafías o los carteles pintados a mano, la calle donde la palabra se toma y se intercambia, todo lo que es inscripción inmediata, dada, devuelta, hablada y respondida, movediza, en un mismo tiempo y un mismo lugar, recíproca y antagonista. La calle en este sentido es la forma alternativa y subversiva de todos los medios de comunicación colectiva; porque no es, como éstos, soporte objetivado de mensajes sin respuesta, red de tránsito a distancia, es el espacio que se ha abierto el intercambio simbólico de la palabra, efímera y mortal, palabra que no se refleja en la pantalla platónica de los media” (8).

Desde esta perspectiva, podemos observar que se realizan distintas intervenciones en el *espacio público* (urbano sobre todo: plazas, paredes, calles, esquinas), en las que hay un objetivo de reapropiarse de él, de habitarlo de *otro modo*, de ponerlo en

discusión y tensión, de-construyendo los imaginarios establecidos sobre las acciones y comportamientos que habitualmente se desarrollan y ejercen allí. Entonces: habitar, producir, nombrar, tomar la ciudad, el espacio. Mostrar las confrontaciones, disputas y conflictos, pero también afirmar experiencias y nuevos sentidos, brindar de gozo y alegría. Volverlo encuentro, público, colectivo, comunidad.

Podemos ver algunos ejemplos como los *escraches* de las agrupaciones HIJOS, que se nutren de los aportes de colectivos como el Grupo de Arte Callejero (GAC) y se proponen conjugar una denuncia política –en este caso, la condena pública a represores– con el arte –siluetas, bombas de pinturas, quema de muñecos, cartografías, señaléticas, etc.–, o la reciente campaña “Hacé como José”, que pone en cuestión el aumento del boleto de micros en la ciudad y pide que se baje a \$1, con la consigna “¡Basta de inseguridad! ¡El boleto a \$1,90 es un robo!” y lo articula tanto en afiches, caravanas, volanteadas, avión publicidad y encendido de velas, como en *spot* radiales, *blog*, canciones, videos en el *You-tube* y convocatorias vía *e-mail* y *Facebook*, y con el mismísimo José interviniendo por la ciudad (9). También las instalaciones y *performances* de los grupos Etcétera y Periferia; los murales de distintos colectivos como Escombros, Sienvolando y Hermanos Tello; los afiches, cartelerías, cartografías y estampas del Taller Popular de Serigrafía e Iconoclasistas; las pintadas, dibujos e intervenciones de Banksy –aunque acá los tengamos que ver por Internet–; las “campañas” de *stencils* y grafitis que acompañan las movilizaciones a los centros de poder instituido que buscan denunciar injusticias y manifestar reclamos. Así, podemos definir a la intervención cultural-urbana como *apropiación de la política*, como construcción de acontecimiento y ejercicio de poder.

Pero también los espectáculos de murgas, batucadas y cuerdas de candombes, las muestras culturales –un ejemplo que resuena en la ciudad es la *Muestra Ambulante* organizada por el Grupo La Grieta–, el teatro callejero y el teatro comunitario –Los Okupas del andén, Los Tololos sanos y Los Dardos de Rocha por nombrar algunos grupos–, que planten re-significar fechas, historias y lugares, y construir nuevas miradas sobre la realidad pretendiendo generar un contacto y contagio directo, configurando un mapa de diversidades, creaciones y sentidos. Y una apuesta por entremezclar el arte en la vida cotidiana y devolverle vida cotidiana al arte, salirse del espectáculo y buscar, producir la cultura desde lo cotidiano y como producción colectiva.

Para concluir este trabajo, podemos entender a las experiencias analizadas como formas y acciones de comunicación alternativa, ya que todas comparten una crítica a lo establecido, a lo fijado, y construyen como *espacio común* la mirada de que es posible, preciso y necesario transformar la realidad. A su vez, toman como elementos imprescindibles a la comunicación y las prácticas culturales, buscando generar nuevos espacios para la acción política, nuevas formas ejercitar y organizar la práctica política. Y es bueno hacernos una pregunta, ¿acaso estas experiencias –algunas más ligadas a la intervención simbólica-cultural, otras a la construcción de información alternativa utilizando a las nuevas tecnologías y otras cruzando ambas perspectivas– no constituyen también superación de aquella vieja discusión entre Baudrillard y Enzensberger en los años setenta? ¿No plantean todos construir nuevas herramientas y procesos de subjetivación?

Notas

(1) Plantea el autor: “El poder movilizador de los medios electrónicos es, precisamente, su secreto evidente, el factor político decisivo que (...) está esperando todavía que suene su hora (...) Por primera vez en la historia, los medios posibilitan la participación masiva en el proceso productivo social y socializado, cuyos medios prácticos se encuentran en manos de las propias masas. (...) la transformación de un medio de distribución en un medio de comunicación no ofrece ningún problema de índole técnica. Esta transformación se evita conscientemente por unas pésimas razones políticas.” Enzensberger, Hanz M.; *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*; Anagrama; Barcelona; 1971.

(2) *Ibidem*.

(3) Baudrillard, Jean; “Requiem por los media” en *Crítica de la economía política del signo*; Ed. Siglo XXI; México, 1989.

(4) Baudrillard analiza a Enzensberger y plantea que según este hay que liberar a los medios del control capitalista: “liberarlos, reintegrarlos a su vocación social de comunicación abierta y de intercambio democrático ilimitado, a su verdadero destino socialista (...) Siempre el mismo sueño obsesivo de la ilusión marxista: arrancar los objetos de su valor de cambio para devolvérselos a su valor de uso”; *Ibidem*.

(5) El movimiento zapatista fue y es una importante fuente de resonancia para pensar esta perspectiva de la comunicación alternativa, ya que desde su exposición pública en enero de 1994 generó una interesante y permanente estrategia comunicacional (donde se nutrieron de la red Internet para poner en circulación escritos, comunicados y declaraciones, así como sus publicaciones y radio) para sortear el asilamiento al que los someten los gobiernos y como forma de comunicarse y conectarse con la sociedad civil mexicana y mundial.

(6) “...Por muy buena que sea nuestra intención y muy interesantes nuestras informaciones no tenemos forma de ‘hablar más alto’ que los medios convencionales y que se nos oiga en el medio del ruido [que existe en la actualidad por el flujo excesivo de información]”. Miquel Vidal; “Contra (la) información: comunicación e inteligencia colectiva” en Carlos Gradin (Comp.); *Internet, hackers y software libre*, Editora Fantasma, 2004.

(7) Para Franco “Bifo” Berardi, “...la comunicación, el lenguaje y el imaginario se convierten en parte del proceso de producción de mercancías (...) la principal mercancía de nuestra época es una mercancía de tipo info, ya sea informática o imaginaria. (...) La comunicación no es más un instrumento externo (...), está dentro del proceso de producción social, del plusvalor, del proceso de transformación del imaginario y también dentro del proceso de transformación de la relación política. (...) para el poder, la producción de imaginario ha devenido en elemento material y socialmente decisivo. No es una

superestructura (...) la comunicación entró a formar parte de la estructura...". Entrevista realizada por Cecilia Fernández; Disponible en el sitio: www.autistici.org/coltrabperio o en www.colectivodetrabajoperiodismo.4t.com. También en AA.VV., *Horizó TV. Perspectivas de otra televisión posible*, Instituto de Cultura, Barcelona, 2007

(8) Baudrillard, Jean; *op. cit.*

(9) En el caso de esta campaña podemos observar la conjugación de la intervención urbana (caravanas, volanteadas, etc.) con la fuerte utilización de los recursos tecnológicos actuales (videos colgados en *YouTube*, blogs, *Facebook*, etc.). Link: www.hacecomojose.blogspot.com

Imágenes

1. Banksy, enigma inglés.

2. Mural del grupo Sienvolando, La Plata junio de 2008.

3. Muestra Ambulante 4. "Permitido intervenir".

4. Intervención artística en Plaza Moreno, a 21 meses de la desaparición de Julio López.

5. Un che con un che. Stencil callejero.

6. Grafiti callejero "Donde esta López?".

7. Campaña "Hacé como José".

8. Radio Ambulante realizada por Radio Estación Sur e Indymedia La Plata, en la Muestra Ambulante 4.

Bibliografía

AA.VV., *Horizó TV. Perspectivas de otra televisión posible*, Instituto de Cultura, Barcelona, 2007

Baudrillard, Jean; "Réquiem por los media" en *Crítica de la economía política del signo*; Ed. Siglo XXI; México, 1989.

Enzensberger, Hanz M.; *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*; Anagrama; Barcelona; 1971.

Grupo autónomo a.f.r.i.k.a., Luther Blisset – Jonza Brünzels, *Manual de la Guerrilla de la Comunicación*, Virus editorial, Barcelona, 2000.

Miquel Vidal; "Contra (la) información: comunicación e inteligencia colectiva" en Carlos Gradin (Comp.); *Internet, hackers y software libre*, Editora Fantasma, Buenos Aires, 2004.

MATÍAS DAVID LÓPEZ

Estudiante en proceso de realización de tesis de grado Licenciatura en Comunicación Social Orientación Planificación Comunicacional, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, y cursando el Profesorado en Comunicación Social. Como extensionista integrante de los proyectos de extensión acreditados por la UNLP: "Tolosa: patrimonio cultural, memorias e identidades en un barrio ferroviario" (2008), "Alfabetización jurídica en barrios del Conurbano Bonaerense" (2008) y "Comunicación social comunitaria para jóvenes en situación de riesgo" (2007-2008), también del Programa de Voluntariado Universitario (2008). En tareas docente, ayudante alumno del seminario "Teoría crítica, campo intelectual, esfera pública y comunicación. Argentina 60-90" e integrante de equipo docente del Taller de integración a la Vida Universitaria, Curso Introductorio 2007 y 2008, FPyCS, y del Taller abierto "Software libre para principiantes" (2009). Ha participado de diferentes charlas, muestras y jornadas como

coordinador, expositor y asistente, y publicado diferentes artículos en revistas universitarias.