

1. Una caja de herramientas para mediactivistas

El ABC de los Media Tácticos

David García y Geert Lovink (www.n5m.org, www.waag.org/tmn/abc.html)

Los "media tácticos" nacen cuando los medios de bajo costo y hágalo-ud.-mismo, que existen por la revolución de la electrónica de consumo y por extensas formas de distribución (desde el cable al acceso público a internet) fueron utilizados por grupos e individuos que se sintieron perjudicados o excluidos por la cultura dominante. Los medios tácticos no relatan simplemente los eventos: porque nunca son imparciales, toman siempre parte en los mismos y es ésta -más que cualquier otra cosa- lo que los diferencia de los medios oficiales tradicionales. Una ética y una estética "tácticas" bien particulares emergieron recientemente, influenciadas por MTV a través de las obras de los video artistas. Al inicio era solamente una estética veloz y sucia, que luego -no obstante sea un estilo como otros- terminó (por lo menos en lo relacionado con el video) simbolizando todo el "cine realista" de los años 90.

Los medios tácticos son medios de crisis, crítica y oposición. Esta es la fuente de su poder ("la rabia es energía", John Lyndon) y, al mismo tiempo, su límite. Sus héroes típicos son: el activista, el guerrero mediático nómada, el praxter, el hacker, el rapper callejero, el videoasta kamikaze. Ellos son los "alegres opositores", siempre a la búsqueda de un enemigo. Pero una vez que el enemigo ha sido identificado y puesto en evidencia, es el activista de los medios tácticos el que entra en crisis. Entonces (no obstante sus éxitos) es fácil inculparles con eslóganes de la derecha: "politically correct", "victim culture", etc. Filosóficamente hablando, la política de la identidad, la crítica de los medios y las teorías de la representación (que fueron las bases de muchos medios tácticos occidentales) son conceptos que están en crisis. Este modo de pensar está visto por muchos como un injustificado y represivo residuo de un humanismo fuera de moda.

Creer que la cuestión de la representación sea hoy irrelevante quiere decir creer que los verdaderos cambios en la vida de los grupos e individuos no están profundamente influenciados por el tipo de imágenes circulantes en una cierta sociedad. Y el hecho que no veamos más a los medios masivos como única fuente de definición de nuestro ser, puede hacer este argumento más complicado, sinuoso, pero no por ello redundante.

Los medios tácticos son una forma elevada de humanismo. Un antídoto útil contra lo que Peter Lamborn Wilson describe como "el incontrastable dominio del dinero sobre el ser humano", pero también un antídoto contra las formas de cientismo tecnocrático que nuevamente reemergen y que, bajo la bandera del post-humanismo, tienden a limitar la discusión sobre los fines del hombre y sobre la solidaridad social.

¿Qué es lo que hace tácticos a nuestros medios? En *The Practice of Every Day Life [La práctica cotidiana]* De Certueau analizó la cultura popular no como "dominio de los textos o de los productos, sino más bien como conjunto de las prácticas y de las operaciones realizadas sobre lo textual o sobre estructuras textuales". Ha desplazado el énfasis de las representaciones en sí mismas a los usos hechos de las representaciones. En otras palabras, sobre como nosotros consumidores-usuarios usamos los textos y los productos que nos circundan. Y la respuesta que ha sugerido fue: "tácticamente", es decir en un modo mucho más creativo y rebelde de cuanto podíamos imaginar anteriormente. De Certueau describió el proceso de utilización y consumo como una serie de tácticas mediante las cuales el débil puede usar al fuerte. Caracteriza al usuario rebelde (término que prefiere al de "consumidor") como *táctico* y el productor presuntuoso (entre los cuales incluye a los autores, educadores, curadores y revolucionarios) como *estratégicos*. La definición de esta dicotomía ha producido que posteriormente se produjese un vocabulario de tácticas suficientemente rico y complejo como para crear una estética distintiva y reconocible. Una estética existencial. Una estética hecha de habilidades: engañar, hablar, utilizar, desear. Los trucos inteligentes, la astucia del depredador, maniobras, situaciones polimórficas, alegres descubrimientos, una estética de poesía pero también guerrera.

La consciencia de esta dicotomía táctico/estratégica nos ha ayudado a identificar una clase de productores que parecen los únicos conscientes del valor de estas temporáneas mutaciones en el flujo de poder. Y antes que resistir a estas rebeliones, hacen todo lo que pueden para ampliarlas. De hecho, en su práctica se vuelve central la creación de espacios, canales y plataformas para estas mutaciones. Hemos denominado su (nuestro) trabajo "medios tácticos".

Los medios tácticos son imperfectos, están siempre en devenir, buscando resultados y pragmáticos, involucrados en un continuo proceso de puesta en discusión de las premisas de los canales con los cuales trabajan. Esto requiere la confianza en el hecho de que el contenido pueda sobrevivir intacto

mientras va de interface en interface. Pero no tenemos que olvidarnos nunca que el medio híbrido tiene su opuesto, su nemésis, el *Medialen Gesamtkunstwerk*. El programa final de la Bauhaus electrónica.

Obviamente es más seguro quedarse en los clásicos rituales del underground y del escenario alternativo. Pero los medios tácticos están basados en un principio de respuesta flexible, de trabajo con diferentes coaliciones, siendo capaces de moverse entre diferentes entidades en el vasto paisaje de los medios sin traicionar sus propias motivaciones originales. Los medios tácticos pueden ser hedonistas o celosamente eufóricos. Las tendencias de moda también pueden tener sus usos. Pero es sobre todo la movilidad lo que caracteriza mejor al profesional de los medios tácticos, el deseo y la capacidad de combinar o saltar de un medio al otro creando una continua reserva de mutantes e híbridos. Atravesar confines, conectar y reconectar una variedad de disciplinas y siempre tomando plena ventaja de los espacios libres en los medios, que aparecen continuamente por la velocidad del cambio tecnológico y la incertidumbre en los reglamentos.

Si bien los medios tácticos incluyen a los medios alternativos, no tenemos que quedarnos encerrados en esta categoría. Efectivamente hemos introducido el término "táctico" para subvertir y superar las rígidas dicotomías que han restringido el pensamiento en esta área por tanto tiempo, dicotomías como amateur vs. profesional, alternativo vs. oficial, y también privado contra público.

Nuestras formas híbridas son siempre provisionarias. Lo que cuenta son las conexiones temporáneas que eres capaz de realizar. Aquí y ahora, no alguna turbia promesa para el futuro. ¿Pero qué podemos hacer ahora con los medios a los cuales tenemos acceso? Aquí en Amsterdam tenemos acceso a la TV local, a ciudades digitales y a fortalezas para nuevos y viejos medios. En otros lugares se pueden tener teatros, demostraciones callejeras, películas experimentales, literatura, fotografía.

La movilidad de los medios tácticos se relaciona con un más amplio movimiento de cultura migrante., expuesta por los que proponen lo que Nie Ascherson describió como la estimulante pseudo-ciencia del Nomadismo. "La raza humana dice que sus exponentes están entrando en una nueva época de movimiento y migración. Los sujetos de la historia, que fueron cultivadores sedentarios y urbanos, se volvieron migrantes, refugiados, buscadores de asilo, sin-techo".

Un caso ejemplar de lo táctico puede ser visto en el trabajo del artista polaco Krzysztof Wodiczko que "se da cuenta de cómo las ordas de prófugos ahora ocupan el espacio público de las plazas, de los parques o de los atrios de las estaciones, que antes había sido diseñado por una triunfante clase media para celebrar la conquista de sus nuevos derechos políticos y libertades económicas". Wodiczko piensa que estos espacios ocupados forman nuevas ágoras que tendrían que ser usadas para movilizaciones: "el artista tiene necesidad de aprender cómo operar en cuanto sofista nómade en una polis migrante". Como otros tácticos de los medios migrantes, Wodiczko estudió las técnicas con las cuales el débil se vuelve más fuerte que el opresor esparciéndose, volviéndose sin centro, moviéndose velozmente a través de paisajes físicos o mediáticos o virtuales "La presa tiene que buscar los modos de volverse cazador".

Pero también el capital se ha radicalmente desterritorializado. Esta es la razón por la cual nos gusta tener nuestra base en un edificio como el De Waag, una antigua fortaleza en el centro de Amsterdam. Hemos aceptado felizmente la paradoja de los "centros" de los medios tácticos. Como tenemos castillos en el aire, también necesitamos fortalezas de ladrillos y cemento, para resistir a un mundo de capital nomade sin restricciones. Espacios para planificar, y no solamente improvisar, y la posibilidad de capitalizar las ventajas adquiridas, que fueron siempre los intereses de los medios 'estratégicos'. En cuanto tácticos de los medios flexibles, que no tienen miedo al poder, nos complace adoptar este acercamiento nosotros mismos.

Cada tantos años organizamos la conferencia *Next 5 Minutes [Los próximos 5 minutos]* sobre los medios tácticos de todo el mundo. Además tenemos una base (De Waag) desde la cual esperamos consolidar y construir a largo plazo. Vemos este edificio como un lugar donde planificar eventos y encuentros regulares, inclusive el próximo Next 5 Minutes. Vemos este evento y los debates que llevarán al mismo, como parte de un movimiento para crear un antídoto a lo que Peter Lamborn Wilson describió como "la incontestable ley del dinero por encima de los seres humanos."

La incesante guerra entre red y videocracia

Franco Berardi 'Bifo' (www.rekombinant.org)

AOL/T.W._SemioKap vs. Global_Riot

(Un documento de febrero de 2000)

La fusión entre America OnLine y TimeWarner tiene que ser vista en perspectiva, como un pasaje decisivo en la historia de la comunicación social y en la historia de la formación de un sistema omnicomprensivo del poder sobre la mente colectiva. La historia del ciclo de la Infoproducción en el decenio de los noventa se desarrolló al filo de la alternativa entre dos posibilidades: a) formación de una Mente Global interconectada por cable según las líneas de poder del SemioCapitalismo (SemioKap), b) formación de una Inteligencia Colectiva dotada de autonomía y de autodeterminación, y sobre todo, capar de hacer valer prioridades diversas a aquellas de la economía semicapitalista. La batalla entre estas dos perspectivas está abierta. La rebelión global del 30 de noviembre en Seattle fue un momento importante de autonomía de la Red respecto del SemioKap. La red funciona según un modelo de tipo rizomático, descentrado, paritario y no jerárquico. El mismo responde a las exigencias de autoorganización del trabajo virtual según un proceso igualitario y difusivo. Contemporáneamente, no obstante, la colonización económica de la red ha sido posible gracias a la simplificación de los procedimientos de búsqueda y de conexión que la web puso en marcha.

Durante los años noventa se desarrolló un proceso de recíproco entretejido entre la red y las centrales de dominio (semiótico, económico, imaginario). La acción que desarrollan los productores de software para la red está necesariamente dirigida a su colonización parcial. La creación de una interfase facilitadora o el desarrollo de un motor de búsqueda representan, inevitablemente, procesos de colonización parcial, de encauzamiento del flujo comunicativo y de la búsqueda. El poder pasa a través de la facilitación de los recorridos/itinerarios. El lanzamiento de Windows 95 constituyó un intento agresivo de conquista de la red por parte de la empresa Microsoft. Con la incorporación de MSN en el paquete del sistema operativo, Microsoft -que en un primer momento no supo prever el impetuoso desarrollo de Internet- buscaba acortar el camino a la red incorporándosela. El intento tuvo éxito solo en una mínima parte, y desde ese momento empezaron los problemas para Microsoft.

El proceso de colonización de Internet se produjo en los últimos años de manera parcial, sin lograr alterar de manera decisiva la función de autoorganización que la red desarrolla. La prueba la tuvimos en otoño de 1999, cuando la red supo funcionar como instrumento de organización del pensamiento internacional contra la World Trade Organization, reuniendo, canalizando contenidos, y poniendo en funcionamiento un proceso de hegemonía de la red sobre el sistema mediático global.

Dejando de lado las incursiones (invasivas por demás) de la publicidad, el flujo de comunicación de Internet hasta fines de los años noventa fue fundamentalmente un flujo autogestionado, autoproducido, funcional a los intereses -sociales, cognoscitivos, imaginarios- de los hombres y de las mujeres que la utilizan, la frecuentan, la alimentan. Pero al mismo tiempo se está desarrollando otro proceso, que agrede la autopoiesis de red desde un punto de vista que no es el de la creación de interfaces, sino precisamente aquel de la producción de contenidos. Es la televisión el instrumento con el cual el Semicapitalismo agrede la autonomía de red. ¿Pero cómo?

En los últimos años hemos asistido a la creación de inmensos conglomerados de la producción televisiva: CNN, Warner Bross, Time, han producido contenidos que van desde la información al entretenimiento. El sistema de *info-tainment*^[**] tv se mueve para atacar a la red.

Un mes después de la batalla de Seattle (que tiene que ser vista como la primera insurrección mediática del nuevo siglo) el coloso de la *info-tainment* TimeWarner se dispuso a la conquista de Internet, usando como caballo de Troya al mayor proveedor que existía, America OnLine. AOL aparece como el vencedor, como la fuerza que absorbe. Pero la realidad es diversa: AOL funciona como instrumento de infiltración del modelo televisivo en el espacio de red. La convergencia entre proveedor de servicio de red y proveedor de contenidos de la televisión revela un proyecto de mutación del modelo comunicativo de Internet. Si este diseño se realiza -y todavía no está todo dicho- el efecto de la fusión del mayor proveedor de red con la mayor empresa de producción de *info-tainment* en el mundo no será, como se dice, la convergencia entre la red y la televisión. Es, más bien, la colonización de la red por parte de la tv, la invasión de la red por parte del flujo semiótico de la *info-tainment* homogéneamente replicada.

[**] Infotainment: Neologismo formado por las palabras "information" y "entertainment"

La hiper-tv está destinada a engullir la hipo-net. La creación de contenidos no dependerá más (aunque solo sea en una medida cada vez menor) de individuos y grupos que se conectan de manera voluntaria y consciente en la electrosfera. Los contenidos son la réplica del modelo televisivo: señales para la mayoría, producidas según el gusto de la mayoría, en beneficio de una pequeñísima minoría. Los nuevos usuarios tenderán cada vez más a consumir Internet como se consume televisión.

No está dicho que las cosas se tengan que desarrollar de esta manera. En primer lugar, porque la convergencia entre dos paquidermos puede producir una parálisis. Pero, sobre todo, porque la comunidad de red puede aprovechar esta ocasión para intensificar experiencias de web tv. Tengamos en cuenta el hecho de que, en el próximo período, los problemas técnicos que la transmisión de imágenes en movimiento tuvieron en todos estos años estarán en vías de resolución, porque los dos mastodontes invertirán enormes capitales en esta dirección. Es necesario estar preparados para utilizar esta oportunidad tecnológica para poner en funcionamiento un proceso opuesto al que esta fusión quiere realizar. Es decir, un proceso de proliferación de las emisoras de video conectadas en red. La fusión entre AOL y T.W. es la respuesta del sistema mediático dominante al global riot N30 [rebelión global de Noviembre 30]. Pero la batalla está apenas en sus inicios.

Destruir la televisión es posible

(Un documento de junio de 2002)

El documento anterior fue escrito en los primeros meses del año 2000. Desde entonces sucedieron muchas cosas. El diseño de colonización global se contrajo miserablemente, la new economy cayó y sigue cayendo a mediados de 2002. Incapaz de gobernar la infinita complejidad de los procesos que la tecnología de red ha puesto en marcha (en la comunicación, en la producción de bienes materiales e inmateriales, en los comportamientos psíquicos y sociales), el poder ha desencadenado la guerra. En el sistema telecomunicativo planetario la guerra ve enfrentados, uno contra otro, el principio de la red y el principio de la telecracia. Atención: esto no quiere decir Internet contra tv, porque Internet está ampliamente (a este punto mayoritariamente) atravesada por un modelo broadcast, comercial, que induce a la pasividad. La fusión entre AOL y Time Warner no produjo efectos significativos, en el plano de la producción de contenido. Por lo que se refiere al campo de la convergencia, hoy podemos decir que la experiencia más innovadora sobre este plano no provino de las corporaciones globales, sino del movimiento de los mediactivistas. Indymedia es el primer medio interactivo planetario. Ha sabido recoger y coordinar las energías y la creatividad de decenas de miles de operadores de video, de desarrolladores informáticos, de periodistas y escritores. Con su presencia capilar ha sabido encontrar el talón de Aquiles del régimen mediático global.

En los primeros meses del año 2000, en la net-critique se difundió la percepción de un peligro inminente. Microsoft había asediado la cibercultura desde 1995 en el frente de la producción de software, ahora, con la fusión de AOL y Time Warner se veía amenazado también el campo de la producción de contenidos. Pero después de dos años podemos decir que la jugada no está cerrada, la red está lejos de una colonización completa. En *Dark Fiber [Fibra oscura]*, un libro-rap sobre la netculture de los años noventa, Geert Lovink, el principal animador de nettime.org, nos cuenta como la ideología dot.com ha corroído el espíritu cyber, entregándolo finalmente a la depresión homogénea. Geert tiene parcialmente la razón. Pero también es verdad lo contrario. También es verdad que la red mantiene intactas sus potencialidades porque el poder no dispone de los instrumentos para controlar la infinita complejidad de la comunicación molecular. En la patria de la teledictadura, en Italia, está tomando forma una nueva moda, la de la micro tv. El concepto es simple. Un microtransmisor cuesta poco y se puede transmitir en un radio de doscientos metros.

En un libro de 1994, cuyo título es *Life after television [La vida más allá de la televisión]*, George Gilder delineaba una posibilidad que hoy se está tornando realizable: la de la integración entre banda ancha y la televisión. El punto de partida del razonamiento de Gilder estaba constituido por una previsión de orden tecnológico: la difusión de la banda ancha gracias a la fibra óptica. Hoy por el aumento de capacidad y de conducción de esta infraestructura, es posible comenzar a razonar sobre una integración entre la red telemática y la producción / difusión de video, más allá del horizonte de lo que habíamos conocido como sistema televisivo.

La televisión siempre fue un sistema comunicativo centralizado. El modelo de relación entre emisor y receptor siempre fue unidireccional con un efecto que induce a la pasividad de los receptores-telespectadores. Además, los costos de producción de la producción televisiva siempre impidieron el acceso a operadores que no dispongan de enormes capitales para invertir y que no están en grado de capturar ingentes cuotas de publicidad. Y siempre fue así. Pero hoy esto no es más así. Los

medios de producción visual se volvieron accesibles: una telecámara digital tiene un costo fácilmente abordable por un colectivo, por un centro social, por un artista o un grupo de artistas independientes. Además la digitalización de las máquinas de producción visual hace posible una inmediata integración de la producción visual dentro de la red Internet.

Hasta ahora el *videostreaming* solamente ha dado sus primeros pasos. Gracias a la disponibilidad creciente de banda ancha, se está volviendo posible hacer circular por la red Internet grandes cantidades de videostreaming. Se pueden crear bancos de datos visuales, jukebox propiamente dichos accesibles ya sea por parte de los internautas (que son por el momento una ínfima minoría de la población mundial), ya sea por parte de pequeñas emisoras televisivas que podrán transmitir desde la red a la pantalla del electrodoméstico televisivo. Se delinea la posibilidad de una integración inédita entre dispositivo de red y recombinación de fragmentos de producción visual.

Pero se delinea también la perspectiva de una destrucción de la televisión. Cuando las comunidades comienzan a usar la telecámara para informar, o jugar con su vida cotidiana, la televisión deja de ser algo que se ve y comienza a ser algo que se hace. Esta es la posibilidad implícita de la micro tv. No se trata de hacer una televisión más justa, una televisión más bella. La televisión siempre es una mierda, y solamente una mierda. La única televisión buena que se puede hacer es la que destruye la televisión, que transforma el equipo de videocámara-transmisor en un teléfono, un video-teléfono comunitario. Si esto se vuelve una moda, un modo de ser, un comportamiento de masa, solamente los más tontos mirarán la televisión todavía, porque los otros estarán ocupados haciéndola.

Postmedia

(dedicado a Felix Guattari)

En los años ochenta todos estábamos como paralizados por los eventos. Además del terror que se irradiaba sobre la escena política italiana, la emergencia de un poder fabuloso de la simulación mediática parecía -al que estaba atento- la tendencia más peligrosa del autoritarismo *postmoderno*. En la brecha que las radios libres habían abierto, se incorporaba en esos años un abogado milanés amigo de los rapaces socialistas. El milanés abría estaciones televisivas una detrás de otra. "Vuelve a casa rápido, que Canal 5 te espera", susurraban amenazantes los carteles publicitarios en la autopista. En 1984, en la Universidad autónoma de Montreal, se realizó un congreso sobre las nuevas formas del autoritarismo, y yo dije que en Italia el peligro para la democracia provenía principalmente de un milanés que estaba comprando la mente de los italianos al compás de televisión y de publicidad. La más inquietante de las distopías, la pesadilla de Orwell, de Spinrad, de Dyck y de Burroughs, la conquista de la mente social por parte de agentes tecno-virósicos manejados por una mafia sonriente y asesina, que parecía materializarse en el horizonte.

No obstante, cuando pasaba por Dhuizon, en la casa cercana a la clínica psiquiátrica de La Borde, Felix Guattari me hablaba desde una perspectiva totalmente diferente. Precisamente mientras el sistema mediático se estaba volviendo el agente central de la colonización mental y del autoritarismo político, Felix me hablaba de sociedad post-mediática. La primera vez que me dijo esta palabra yo pensé que me estaba tomando el pelo. Pero luego se puso a explicármelo. Y me dijo (eran los primeros años del decenio de los ochenta, quizás el verano de 1982) que no era necesario temer el predominio de la televisión sobre los flujos de la comunicación social. De hecho, según él, los progresos de la informática habrían rendido posible en breve una amplia difusión de mecanismos rizomáticos. Relaciones bidireccionales y multidireccionales entre colectivos de enunciación postmediática, así decía él. Estos mecanismos y estos modelos relacionales infectarían el sistema televisivo centralizado, sacudirían y desestructurarían todas las formas jerárquicas de tipo estatal y de tipo económico.

Claramente Felix me estaba contando la utopía de la red, rizoma desbordado de cerebros y de máquinas. Esa utopía se encarnó en la tecnología, en la cultura, incluso hasta en la empresa. Pero como todas las utopías -naturalmente- no es pacífica, y dentro de del devenir postmediático se desarrolla una guerra. Es la guerra interminable entre el dominio y la libertad. En el curso de los años noventa, el rizoma se desarrolló, pero a su vez fue infiltrado por virus con sentido semiótico de tipo centralizado, jerarquizantes. La penetración de la publicidad, del business, de la televisión en la red telemática fueron un aspecto de esta infiltración. Pero la complejidad del sistema rizomático no se puede reducir de manera definitiva a ningún proyecto de reducción. En este sentido, la profecía postmediática de Felix Guattari parece cada día desmentida y reafirmada por la perpetua dinámica del dominio y de la libertad.

Pero el punto filosóficamente más importante de la profecía postmediática de Felix Guattari está en esto: Felix nos obliga a preguntarnos qué quiere decir mediatización, y en qué medida la

mediatización envuelve, disturba, reprime y cancela nuestra singularidad corpórea. Nosotros estamos cautivos del desarrollo mediático porque esto hace posible una expansión de nuestra experiencia, pero este desarrollo nos expone continuamente a la parálisis, al atontamiento, a la destrucción de nuestras sensibilidades particulares. La lucha fundamental de estos tiempos es la que consiste en reactualizar continuamente las sensibilidades particulares de nuestro existir. Es ésta la batalla postmediática.

Semiótica de los medios y del movimiento. ¿Semiótica en movimiento?

Federico Montanari

"(...) Se puede observar un estado de deseo cuando, desde un estado de satisfacción se pasa a un estado de creciente satisfacción y, por lo tanto, inmediatamente después, a un estado de insatisfactoria satisfacción, es decir, de deseo (...) Pero un estado de carencia puro y simple no existe (...). El estado de carencia se experimenta siempre en contraste con un precedente estado de satisfacción (...) y no es verdad que un estado de deseo presuponga necesariamente algo deseado, ese algo que se desea empieza a estar solamente una vez que existe el estado de deseo."

(I. Calvino, *Ti con zero*, Torino, Einaudi, 1968, pp. 73-74).

1. Prodromos: signos de futuro.

La semiótica, si la entendemos como el campo de estudio de los signos, y principalmente de los textos producidos dentro de las culturas y de las sociedades, partiendo de su larga historia filosófica y en su breve historia de disciplina académica –es más, antes de ser disciplina- a menudo se propuso como espacio de crítica y de intervención social.

Ars interveniendi del pionero Barthes que, en los años 50 y 60, analiza -partiendo desde una óptica brechtiana-, las mitologías del universo de los objetos, de los productos de mercado y de la publicidad; pasando por Eco que pocos años después propone la guerrilla semiótica –para Eco, recordamos, se trataba de crear grupos de autoformación, en su momento, entre obreros, ciudadanos, etc. en grado de trabajar en el desmantelamiento crítico de los periódicos, telenoticiarios y programas televisivos-; incluso por Baudrillard, entonces recién graduado de la escuela barthesiana, que realiza la primera radiografía del sistema de los objetos y de los productos de consumo. Estamos ya en el pasaje (su *Sistema de los objetos* es de 1968) del capital al "semiocapital".

¿Cuántos economistas -inclusive los marxistas- se dieron cuenta entonces? ¿Cuántos afirmaban entonces que estudiar semántica, antropología, lo "simbólico" era "cosa de burgueses"? Tardaron bastante en darse cuenta. No obstante todo esto, el 68 se proclamaba como revolución semiótica (y en este sentido el 77 fue su último resultado) y las estructuras, se decía, "bajaban a la calle". Con un cierto fragor. Y descartando así a los situacionistas de escuela, los cuales, cuestionando el espectáculo de la mercadería que, según ellos, sustitutiva y pérfidamente recubría el verdadero "mundo sensible", intentaban agujerear la cortina a través de su inversión, de su negativo.

Por otra parte, aunque el neo-marxismo antihistoricista (Althusser) había comprendido la potencia de una de las concepciones que han fundado la semiótica – la estructural¹ - ya desde los años 60-70 un gran antropólogo de los sistemas económicos como Marshall Sahlins indicaba que el análisis de las sociedades, aún y sobre todo el análisis marxiano, adolecía precisamente de lo simbólico, aún cuando el mismo Marx había, como se sabe, anticipado la idea que la moneda y la mercadería fueran como un lenguaje.

Pero no se trataba solo de comida y mercadería, necesidades primarias y secundarias (de aquí en adelante "heladeras y televisores"): algo distinto se escondía bajo el cielo del mundo en vías de unificación, bajo el signo del capital global. No la necesidad de las necesidades, la carencia, la falta, sino el querer, el deseo, alimentaban el mismo deseo, y luego la compra; de aquí los mercados y los flujos de mercaderías (y por lo tanto, los flujos de comunicación y de hombres). Y finalmente los medios y la comunicación sobre la misma mercadería. Y es también de estos presupuestos que grupos que dieron vida a los "estudios culturales" (en primer lugar la escuela de Birmingham) comenzaron las movidas, también ellos a partir de la lectura de Barthes: es verdad, la cultura es un

¹ Deleuze indicaba tal posición en su famoso artículo-manifiesto del estructuralismo (*De quoi on reconnaît le structuralisme*): "Detrás de los hombres reales y de sus relaciones reales, detrás de las Ideologías y de sus relaciones imaginarias, Louis Althusser descubre un campo más profundo como objeto de ciencia y de filosofía". Además Deleuze afirma: "Y cuando Althusser habla de estructura económica, precisa que los verdaderos "sujetos" no son aquellos que vienen a ocupar los lugares, individuos concretos u hombres reales, no más de cuanto objetos verdaderos sean en ella los roles que ellos asumen y los eventos que se producen, sino principalmente los lugares en un espacio topológico y estructural definido por las relaciones de producción" (Deleuze 1973: 92).

producto, se vuelve ella misma producto y mercadería; pero ¿qué es lo que "marca" un producto?, ¿qué lo señala y designa en cuanto mercadería, incorporada en un sistema cultural que indica la fruibilidad, el deseo y el uso? ¿Y qué hace aún de un concepto, de una idea -además de un objeto- una cosa para vender? El problema no era ya descubrir los mecanismos a través de los cuales se hacen mercaderías mediante mercados; sino pensar que, detrás de los objetos, productos, pero también las acciones de los hombres (entre las cuales el comprar, el consumir o el producir), se esconden mecanismos de significación.

Otro joven alumno de Barthes -Paolo Fabbri- proponía entonces (1973) definir a la semiótica como zona de "despacho conceptual": espacio de traducción entre diversas disciplinas y sistemas semióticos; caja de herramientas para desmontar y trabajar las formas de producción del sentido y los procesos de la significación. Otros han retomado e intentado este camino: un ejemplo entre muchos, Bruno Latour, que desde hace años trabaja con destornilladores semióticos para desmontar las complejas máquinas textuales llamadas "laboratorios científicos". No basta decir que el saber y la ciencia son poder: es necesario analizar los "haceres", las capacidades de bricoleur del investigador para construir "textos creíbles".

En esta dirección, la semiótica en sus momentos más innovadores se cruza los senderos emprendidos por Foucault por un lado -estudiar los mecanismos discursivos no del poder en sí o del saber en sí, sino de las prácticas y de las estrategias de sujeción y del ejercicio del poder, que son constitutivas de los mismos aparatos de poder, de saber y de construcción subjetiva-, y por Deleuze y Guattari por el otro -reconocer máquinas semióticas en cualquier lugar y levantar los mapas, los diagramas y los engranajes de su funcionamiento.

Pero vayamos en orden. Se trata en primer lugar de mostrar la especificidad de la afirmación según la cual "todo es semiótica"; y en segundo lugar de mostrar algún ejemplo sobre el cual la semiótica puede decir algo, aunque no sea más o diverso, por lo menos, desde otro punto de vista.

2. Signos, acciones e híbridos.

¿Por qué proponer una "semiótica al movimiento", y cómo ponerla en movimiento? Porque hoy, sobre todo, hace tiempo que sabemos -casi todos- que las teorías económicas no son suficientes. Y que, encima, fue precisamente la visión economicista del mundo que facilitó el "pensamiento único" (paradoja de un marxismo vulgar realizado y puesto en práctica por capitalistas): el cual nos dice que, si no tengo ganancia económica, no me interesa ni la cultura, ni la naturaleza, ni el arte ni el aire que respiro.

Sabemos que las finanzas y las bolsas trabajan sobre la comunicación (distribución en primer lugar de informaciones, de noticias sobre cómo andarán los mercados, previsiones y expectativas; juegos de anticipación sobre las previsiones del otro); sabemos que los mercados y la publicidad trabajan seduciendo, desviando, provocando. Pero no solo sobre el plano de la publicidad: los últimos casos, los "escándalos" de la economía estadounidense, como el de la Enron, nos muestran que el capitalismo, desde siempre, trabaja sobre noticias falsas; y que por lo que respecta al gran capital, la excepción es la regla; el desvío, el trabajo sobre lo secreto, sobre el retraso de la difusión de informaciones, sobre las "falsas comunicaciones" (en balances), hasta el espionaje financiero y económico, es constitutivo del sistema económico. No se trata de formas corrompidas de comunicación, marginales respecto a su funcionamiento estándar. En la guerra como en la economía, todo es comunicación; pero esta comunicación está hecha principalmente de voces, de dichos, de "rumores". Luego quizás, tarde o temprano, las reglas tácitas saltan por el aire, o alguno exagera. No obstante, incluso la parte "dura" de la economía, la vieja producción trabaja sobre el comunicar y el enunciar (compras, ventas, órdenes, transacciones), incluso antes de la llegada de los sistemas informáticos y telemáticos de control y luego de distribución de la información. En un cierto sentido estos últimos no hacen más que acelerar y, al mismo tiempo, tornar más visible esta espina dorsal comunicativa de la economía y del capital. Además, se podría decir que la "nueva" economía de la comunicación se propone muy a menudo, más que como nueva, como "meta-economía"; economía que se construye sobre la economía tradicional: que hace mercado comunicando sobre la economía precedente.

Y es también Bruno Latour (a caballo entre sociología de la ciencia y semiótica estructural, sobre la herencia de un profesor como Gremis) que retoma las líneas de la semiótica estructural y narrativa: que nos dice que también detrás de un objeto se esconden enunciados, secuencias narrativas de acciones, encarnadas en los objetos concretos; que insiste también sobre la idea de que las redes tecnológicas son parte de redes sociales, enunciados "de mano larga": delegaciones sobre delegaciones de acciones y de "hacer hacer". Y por último, a considerar que lo social no está

compuesto solo de actores humanos sino también, desde siempre, por actores no humanos e híbridos (organizaciones, máquinas, armaduras, armas, objetos técnicos, computadoras, automóviles) que trabajan para nosotros, pero a menudo -y cada vez más- aún sin nosotros. O a pesar de nosotros.

3. Del "qué hacer" al "qué señalar"? Apuntes para un semio-análisis crítico.

¿Y entonces qué hacer? O mejor dicho: ¿qué indicar y señalar?

¿Para qué nos sirve la semiótica? Más allá de los tecnicismos y de la "cosa para especialistas" enamorados de las máquinas textuales, que babea ante la vista de un texto al que someter -amorosamente- al desnudo (y cada uno goza como puede). En este sentido, hay que aclarar una cosa: no se trata buscarle las pulgas a quien utiliza ciertos términos y pide un uso preciso de los conceptos (¿qué es un sistema semiótico? ¿qué significa producir o hacer circular signos, o mejor dicho hoy, textos?. Porque es de esto que se habla hoy. Y ¿por qué se puede hablar de "semio-capitalismo"?). Se trata, en cambio, de considerar en primer lugar que las sociedades y las culturas producen no signos (elementos aislados) sino textos: que equivale a decir porciones articuladas y complejas, tejidos (es la misma etimología de la palabra "texto" la que nos lo dice) de materiales heterogéneos portadores de significados. Un cuadro, un mapa, una ciudad, una situación social, una novela, una poesía, un videoclip, un vestido, una película, un sitio web que quizás se ocupa de la bolsa: todo esto no "es ya" texto, pero "puede ser" texto: "textualizado", si es mirado desde un punto de vista semiótico.

En este sentido, también las ciencias sociales (la politología, la antropología y la sociología) no son suficientes. La mirada semiótica nos dice que no tenemos más solamente contenidos (ideologías, historias, sistemas de valores, temas, concepciones del mundo) sino contenidos "expresados". Es más, sistemas de contenido articulados con sistemas de expresión.

Incluso el ejemplo que Deleuze retomaba de Foucault, a propósito del régimen de la punición carcelaria, va en este sentido: no podemos más pensar solo a la "forma-prisión" sino a un sistema semiótico "prisión" hecho de una forma del contenido (la ideología carcelaria, de la punición y de la expiación, las leyes, los reglamentos, etc.) y una forma de la expresión (las prácticas concretas de los guardias, las órdenes, hasta las formas espaciales y concretas del edificio-prisión). Es la articulación en dos planos (expresión y contenido) y la sub-articulación interna entre los planos (forma y sustancia, sistemas y procesos del contenido, y formas y sustancia de la expresión) lo que hace que existan los sistemas semióticos, es esta doble articulación que los caracteriza; se trata entonces de sistemas semióticos encarnados, manifestados en objetos textuales concretos.

¿Qué ventaja sacamos con el razonamiento en estos términos y observando con mirada semiótica? No se trata de complicar o de duplicar las cuestiones, sino de desarrollarlas en un modo que nos consiente articularlas en sus enlaces y relaciones internas; de hacer hipótesis sobre sistemas de significación que trabajan por lo menos sobre un doble nivel: pueden operar para expresar contenidos produciendo, contemporáneamente y en modos diversos, estos mismos contenidos. Y los modos de acoplamiento entre estos dos niveles pueden ser diversos y, por este motivo, a menudo engañosos. Por lo menos, esa doble mirada nos consiente probar a excavar más allá de las apariencias y de las manifestaciones inmediatas de los fenómenos y de lo que sucede.

Incluso, la otra ventaja de la semiótica es pensar que los sistemas que producen significación están *estratificados*: no operan más solo a un nivel. No se trata más solo de "significados" o de "contenidos" tomados como si fueran inmediatamente comprensibles -por ejemplo, lo repetimos, como narraciones o sistemas ideológicos o de valores- sino de pensarlos como compuestos por estratos, por niveles que se relacionan entre ellos y en este modo dan origen a diversas formaciones de contenido. Además tal concepción nos permite pensar que ciertos componentes de significado pueden ser actualizados, emerger a la superficie de un cierto texto, o por el contrario, quedar "congelados" o virtualizados.

Podremos tener así idénticos sistemas de valores que dan lugar a diversos tipos de narraciones; idénticos módulos narrativos que organizan temas, figuras y actores diversos. O, finalmente, formas discursivas diversas para tipos de enunciación (quién habla, a quién se dirige, con qué registro, con qué estilo, con qué modo) que sin embargo, de esta manera, transforman y traducen entre ellos sistemas de valores aparentemente heterogéneos entre ellos. Pensemos, superficialmente, en cuántos problemas, conflictos e incomprensiones pueden tener lugar con un cierto tipo de estilo discursivo que -por dar un ejemplo actual- habla de la cuestión violencia/no violencia (es la cuestión que más veces se ha presentado, en el interior del mismo "movimiento de los movimientos" después de Génova, por ejemplo en relación con los grupos de área católica).

Pero nos preguntamos una vez más, ¿qué hacemos con todo esto? Se trataría de extraer aplicaciones indisciplinadas. E intentar lo que, no mucho tiempo atrás, Baudrillard -en ocasión de la guerra de Kosovo- llamaba "Análisis crítico" de las situaciones.

Brindaremos aquí algunos breves ejemplos para posibles aplicaciones -no solo académicas- de la semiótica.

4. Guerras narrativas: semióticas de la acción y de la percepción.

Muchos hoy remarcan el trazo principal de la forma de las guerras actuales en su ser "narrativas", más allá -obviamente-, de producir masacres de civiles, de transformar a las víctimas en "daños colaterales", etc.; pero todo esto no está para nada separado de aquel primer carácter, sino lo contrario. ¿Qué significa? Significa, como afirman dos autores y también -podríamos decir- ideólogos de las neo-guerras (Arquilla e Ronfeldt), que las nuevas guerras las vencen quienes saben contarlas bien. ¿Banalidades? Desde siempre hubieron oficinas de propaganda y narradores oficiales de las guerras. Sin embargo es verdad que hoy, por lo menos desde después de la guerra de Vietnam, y sobre todo a partir de la segunda guerra del Golfo, la forma del modo de presentar la guerra -en particular por los medios- ha sido absolutamente relevante. La novedad en esta nueva forma narrativa de guerra estaría en el hecho de que, tal narratividad, reacciona e influencia la conducta misma de la guerra, hasta convertirse, si seguimos con esta idea, en el corazón, el mecanismo latente. No obstante, desde un punto de vista semiótico, el tema tratado en estos términos se expone a ser banal y quizás también peligroso si no lo desarrollamos hasta sus extremas consecuencias, si no explicitamos todos sus nexos. En primer lugar, tenemos que entendernos sobre el término narración: aunque si el análisis narrativo en semiótica deriva del estudio de las fábulas y de los cuentos populares, narración no significa el dulce "había una vez...", es decir, el relato en sentido estricto.

Por el contrario, por estructura narrativa tenemos que entender secuencias de transformación de actores y valores en campo. Entonces, evaluar la forma actual de la guerra significa, por cierto, mostrar la intrínseca narratividad, pero para desmontar los intentos retóricos. Significa aprovechar la complejidad de las interrelaciones entre acciones narradas, acciones mediatizadas, y planificación sobre el campo (en donde por campo, hoy se entiende también la actividad de manipulación, provocación, seducción ejercida también sobre el plano de los medios y de la propaganda). Significa intentar distinguir (mediante ese trabajo de filtrado por planos y por grillas de análisis) los nexos entre niveles y entre tipos de discursos que transportan los diversos niveles de significado. Evaluar cuales tipos de imágenes, de voces, de testimonio llegan y circulan, gracias al complejo sistema de los medios, "desde el frente" (en donde el "frente" sabemos hoy que es un espacio evanescente que a menudo pasa también por lugares en los cuales nosotros vivimos y por nuestras televisiones o redes de comunicación).

Significa no pensar más solamente que "los medios manipulan": es verdad que manipulan; pero, en primer lugar, hoy, ellos mismos son fuente de informaciones intrínsecamente autocontradictorias (cualquiera puede desmentir a cualquiera, y todos -por motivos de competencia que no es más solo económica sino diríamos textual y de estilo- luchan con todos). Y sobre todo, tenemos que recordar que las formas que realizan tales eventuales manipulaciones están basadas sobre capacidades semio-lingüísticas potencialmente compartidas por cada sistema semiótico y de comunicación. En este sentido manipular significa, desde un punto de vista semiótico, actividad del "hacer hacer": inducir a otro (compañero o adversario, amigo o enemigo) a hacer, a través de un trabajo que no sucede solo sobre el plano cognitivo, sino también pragmático, pasional y relativo al campo sensible. A tal propósito, y por aditamento, la semiótica hoy busca trabajar cada vez más no solo sobre el plano del análisis narrativo-pragmático (es decir relativo al problema de la acción, de la planificación de la acción y de la construcción de la competencia cognoscitiva de los actores) sino que se ocupa cada vez más de la dimensión estética y perceptiva de la significación, habiéndose dado cuenta de que muy a menudo es en tal plano que suceden las transformaciones eficaces, los procesos de transformación y de producción del sentido; buscando de ese modo redimensionar también ese exceso de atención hacia el campo cognoscitivo-racional que caracterizaba, no solamente a las ciencias sociales, sino también al debate sobre nuevas formas de producción económica (con conceptos como economía del conocimiento, etc.). Es verdad que es importante el saber y su actual materialización económico-social, sin embargo, no obstante el análisis semiótico insiste en subrayar lo que aparece como un evidencia, y que a menudo es lamentablemente ignorado: que mucho de este saber pasa invariablemente a través de prácticas de tipo estético-perceptivo (desde el proyecto y diseño de nuevos objetos tecnológicos y comunicativos -pensemos en los sitios web- hasta la

publicidad y la moda, etc.)

En un estudio semiótico sobre la comunicación teleinformativa de la guerra de Kosovo (Pozzato, ed. 1999), aún cuando este estudio pueda ser parcial, incompleto y sujeto a críticas, buscamos desmontar el mecanismo de construcción mediática de la guerra. Se intentó mostrar la construcción de diversos actores (cuyos sistemas de valores y narrativos estaban detrás de su surgimiento como figuras más o menos estables, como por ejemplo, la Onu, la Nato, "los prófugos", el "malo Milosevic", etc.). Además, en un segundo nivel, se intentó observar que tipos de praxis discursiva utilizaban al "hablar" estos actores (a través de que tipo de técnicas de señalamiento, puesta en perspectiva, "enfoque", uso de repertorios tanto verbales como de imágenes, etc.; o también, uso de temas o figuras particulares; y finalmente, de cierto tipo de técnicas de retórica, como por ejemplo, la de la convocatoria de expertos para volver "más verdadero" un cierto discurso, etc.). Por último, se trataba de entender que "trampas mediático-semióticas" fueron puestas en marcha por los comunicadores militares para volver coherente -y favorable a ellos- el relato de la conducta de aquella guerra.

5. Luchas, Movimientos: ¿otras narraciones son posibles? ¿Es suficiente solamente relatarlas bien?

Otro ejemplo que merecería mucha mayor atención es el de la comunicación del actual "movimiento de los movimientos". Valdría la pena, por ejemplo, analizar desde un punto de vista semiótico las dinámicas de crecimiento, de sostenimiento, duración y de saturación de tal movimiento, no solamente desde el punto de vista de su "visibilidad" mediática, sino también y principalmente, en relación al modo de autopresentarse, de comunicarse a sí mismo. Por ejemplo, ¿qué excepcional forma de construcción semiótica colectiva se fue constituyendo en vista del evento-Génova? ¿Cuáles fueron los procesos, inclusive los narrativos, de construcción de un gran actor colectivo aunque heterogéneo -la semiótica en este caso podría decir mejor de "actuante" colectivo, a entenderse como función que pueden revestir diversos actores en el interior de una cierta narración-? Y si esto sucedió así por la percepción general de un evento que estaba preparando, con casos en los cuales (pensamos en el grupo Wu Ming) se trabajó explícitamente en la producción de manifiestos-narraciones que apuntaban a la construcción "dramática" del mismo evento. Vale entonces la pena intentar evaluar cuáles dinámicas internas se dispararon.

¿Se hubiera podido quizás pensar de otro modo, en estrategias y resultados diversos? Y además, ¿cuánto de esto fue efectivamente filtrado y re-elaborado por los medios, contribuyendo de esta manera a crear -para bien y para mal, el actor "opinión pública sensible al movimiento"- aún teniendo en cuenta la novedad que fue dada por la irrupción en escena de nuevos sujetos híbridos, al mismo tiempo militantes y comunicadores-observadores en campo (como la comunicación en red e Indymedia)?

No se trata ciertamente, lo repetimos, de hacer simple y quizás pedante el "análisis" y "planificación estratégica de la comunicación" como podría ser conducidos por cualquier sujeto económico o político (empresa, institución, partido, etc.). Se trataría, por el contrario, de intentar también en este caso, mapeos, cartografías (de valores, de formas narrativas y de discursos) para comprender las zonas de excentricidad, de potencialidad o, por el contrario, de pobreza, de estereotipia o de incongruencia. Pensemos por ejemplo en el éxito de lo que algunos han definido como frívolo eslógan: "otro mundo es posible". Attac y otros sujetos del movimiento indicaron muchas veces que con el mismo se pretende justamente que otras narraciones sean posibles, además de aquella del neoliberalismo del pensamiento único. Es verdad que es así, que se está hablando de otro posible modo de narrar las vicisitudes y los resultados del mundo en el que vivimos. No obstante pensar, como se decía más atrás, en las narraciones, en la dimensión de la narratividad en general y en la "dramatización", no como relato sino como conjunto y serie de transformaciones espacio-temporales, en los cuales los mismos actores poco a poco pueden ser transformados, significa pensar en un modo innovador y dinámico la misma capacidad de invención de los movimientos. Invención y capacidad innovadora que por otra parte, emergió con gran potencia desde el mismo movimiento, dotado como está de propias producciones semióticas implícitas. Entonces, se trataría no de "planificar" sino, una vez más, de intentar mapear (críticamente) además de los campos de valores y las formas y prácticas discursivas, también efectos probables o temibles y posibles escenarios de tipo semiótico-comunicativo.

Algunas referencias bibliográficas

Deleuze, G., "De quoi on reconnaît le structuralisme", 1973, trad. it., Fabbri, P. Marrone, G., eds., *Semiotica in nuce I*, Roma, Meltemi, 2000.

Deleuze, G., *Foucault*, trad. it., Milano, Feltrinelli, 1987.

Deleuze, G., Guattari, F., *Mille Piani*, trad. it., Roma, Castelvechi, 1997.

Fabbri, P., Montanari, F., *Semiotica della comunicazione strategica*, en: www.guaraldi.it/fabbri, 1999.

Landowski, E. *La società riflessa*, trad. it., Roma, Meltemi, 1999.

Marrone, G., *Corpi sociali*, Torino, Einaudi, 2001.

Pozzato, M. P., ed., *Linea a Belgrado*, Roma, Eri-Rai, 1999.

Pozzato, M. P., *Semiotica del testo*, Roma, Carocci, 2001.

Internet fuera de la PC. ¿El mediactivismo buscará la convergencia?

Davide Sacco, Sapienza Pirata (www.rekombinant.org/fuga)

Con la llegada de la web, estamos en los umbrales de otra mutación de época en las tecnologías de comunicación, un momento magmático que sobre libros, revistas, investigaciones toma el nombre de "convergencia", y que no es otra cosa que la hibridación de todos los medios que conocemos (tv, radio, teléfono, internet, satélite) en un solo "medio", una sola plataforma, la digital (y en particular la tecnología IP). Como en cada pasaje crítico, también en este escenario se abren perspectivas y se cierran otras: por esto quien está en el activismo no puede ignorar los procesos en acto. ¿El mediactivismo actual logrará a imaginarse más allá del ghetto *pc-based*, es decir, más allá de una experiencia construida y comunicada solo en un nicho hecho de computadoras personales? ¿Logrará el mediactivismo contaminar viralmente las evoluciones de la convergencia y jugar tácticamente también sobre las nuevas plataformas?

Internet se escapa de la PC

El contexto general es éste: en los próximos años, el acceso a la red se desplazará gradualmente desde la PC a otros periféricos (*devices*) de diversos tipos, que consentirán un usufructo simplificado de la web y de sus aplicaciones, y por lo tanto, cuantitativamente más extendido a nivel social. No obstante la importante presencia en el imaginario colectivo, por ahora, los datos sobre la difusión de computadoras personales es bastante desilusionante: por lo menos en Italia, las Pc están presentes en 4,5 millones de casas, y de estas solamente 3,5 están dotadas de acceso a la red. Reduciendo ulteriormente el número de accesos de tipo *broadband*, el dato más evidente es que Internet tiene dificultades para afirmarse como medio masivo "hegemónico" en lo que respecta a contenidos complejos en streaming de audio y video. Y es precisamente para superar este obstáculo que grandes empresas de la ICT (*Information & Communication Technology*) pujan sobre la posibilidad de acceder a la red mediante periféricos más familiares como la Tv y el teléfono celular. Por otra parte, el momento está tecnológicamente maduro, ya sea a nivel de infraestructura (nuevas redes UMTS, fibras ópticas) como de hardware (hibridaciones varias entre PDA, notebooks y celulares). No hay riesgos, por lo tanto, de repetir el fracaso -por otro lado ampliamente previsto- de la tecnología Wap que nunca encontró el favor del público, o de servicios televisivos de valor agregado pre-Internet, como el Videotex. Actualmente, el proceso de convergencia apunta en dos directrices principales, es decir, la integración entre web y televisión broadcasting por un lado, y de web y telefonía de tercera generación por el otro. Celulares multimediales y televisiones interactivas se mueven para corroer el dominio comunicativo que hoy pertenece a las computadoras personales.

ITV, la televisión (poco) interactiva

Con relación a la web y televisión, si el pasaje desde lo analógico a lo digital y a la ITV (*Interactive Television*) aparece como descontado, menos lo es la elección de los vectores que llevarán la señal a las casas: satélite, cable y fibra óptica se disputan el futuro mercado de la transmisión *broadband* interactiva, cada uno con sus diversas potencialidades respecto a la bidireccionalidad de la señal y la penetración en el territorio. Y esto no es una cuestión menor. Una escasa capacidad de transmisión representa de hecho para el usuario una fuerte limitación relacionada con los usos interactivos del medio. La parabólica tradicional, por ejemplo, permite un nivel de feedback decididamente bajo, reponiendo sustancialmente el clásico modelo comunicativo "de uno a muchos" propio de la era de la Tv analógica, volviendo a todos potenciales "receptores" pero no "transmisores". Las cosas van mejor con el cable, cuya difusión no obstante, en nuestro país es muy escasa: apenas el 2%, pero es difícil imaginar un cambio a causa de los costos, que para un cableado de amplia escala serían prohibitivos. Mucho mejor -a este punto y si se tiene que hacer el cableado- apuntar sobre la fibra óptica, que garantiza prestaciones en el orden de gigabit de tráfico por segundo: esta solución efectivamente permitiría crear una capacidad de transmisión enorme y, sobre todo difusa, sin discriminaciones entre proveedores y usuarios de contenidos. En este caso, sin embargo, podría abrirse un frente de conflicto sobre las aplicaciones que consentirían usufructuar (o no usufructuar) esta capacidad de transmisión, es decir, programas P2P de *file sharing* [*compartir archivos*], como Napster y Gnutella para entendernos, que ponen en pánico a las *major* [*grandes empresas de la comunicación*] y a los paladines del copyright. Nos inclinamos a pensar por esto que la tv interactiva tendrá pesadas restricciones de acceso a la red y no será un medio "abierto" como las computadoras personales.

Mobile 3G. El celular de tercera generación

Sobre el frente web y telefonía móvil, en cambio, hay mayor claridad. El Umts (con una banda de 2 Mbps) es el punto de inflexión para un proceso que se está iniciando ahora con la entrada en vigor del estándar Gprs (64-170 kbps), y que se coloca en medio entre estos últimos y el precedente Gsm (9,6 kbps). Gracias al nuevo estándar, la comunicación entre cada una de las terminales y la red será de un ancho de banda tal que permite el pasaje de cantidades enormes de datos, lo que se traducen en la posibilidad de enviar y recibir películas enteras y archivos de audio. En esta situación el uso del teléfono celular así como lo conocemos, es decir, para el tráfico de voz y quizás algún mensaje de texto, está destinado a volverse una parte mínima respecto a los usos ligados a usufructo y el intercambio de archivos de audio y video en grandes cantidades. El elemento web en este caso es netamente preponderante, en el sentido que los nuevos terminales serán vistos más como objetos polifuncionales "sustitutivos" de la pc tradicional, que como teléfonos y, por lo tanto, probablemente se volverán el eje en torno al cual girarán las experiencias comunicativas e informativas de los sujetos, concentrando radio, audiovisuales, correo electrónico, voz, etc. Se puede, por lo tanto, fácilmente imaginar que quien tiene interés en controlar los flujos comunicativos (ya sea con fines comerciales o de control/represión política) estén poniendo mucha atención para condicionar y planificar atentamente, y en el modo más rígido posible, el desarrollo de estos sistemas.

Los "jardines amurallados" del nuevo Internet

Y aquí estamos en el punto crucial, en el cual -entre otras cosas- comienzan las malas noticias: ¿quién se está ocupando de la definición de los estándares tecnológicos que brindaran las líneas guía del proceso de convergencia? Lamentablemente, los cárteles y las grandes empresas (probablemente después de alguna megafusión ad hoc) llevan las riendas, y los resultados se pueden ver. Si el desarrollo del primer Internet fue confiado -por una afortunada y efímera miopía de los "poderes fuertes"- a una comunidad compuesta de techno-hippies e investigadores universitarios, que imprimieron un carácter sustancialmente democrático y horizontal a la web (y que hoy encontramos por ejemplo en los sistemas P2P) en la actualidad, en el lugar de comando, se encuentran otro tipo de sujetos. Esta vez, ninguno tiene intenciones de dejarse escapar las oportunidades de explotación comercial ligadas a las nuevas tecnologías, y las fetas de mercado que quieren acaparar son muchas, desde la construcción de las infraestructuras y del hardware hasta la venta de nuevos espacios publicitarios interactivos. En los cálculos encargados a los institutos de investigación, la lógica de la maximización del provecho es llevada hasta los límites, y la red de tercera generación es vista únicamente como una gigantesca gallina de los huevos de oro, capaz de asegurar -por fin- ganancias.

Esto se obtiene de diferentes modos: con pesadas restricciones a las libertades de los usuarios, como en las ofertas de conexión denominadas "walled garden" [jardines amurallados], en donde el acceso a la red se reduce a la posibilidad de navegar (y por lo tanto, tarde o temprano gastar en bienes y servicios) solamente en un restringido círculo de sitios seleccionados, sin posibilidad de salir, precisamente, del "jardín amurallado". Los mal pensados podrán, por lo tanto, pensar que navegando desde un soporte Microsoft, que utiliza un sistema operativo Microsoft y un navegador Microsoft, el inexperto usuario podría "casualmente" ser inducido a hacer compras de bienes o servicios de la misma Microsoft o cualquiera de sus satélites (algo que, por otro lado, parece que ya sucede en algunas funciones del nuevo sistema operativo Microsoft XP). Entonces, lleven esta filosofía a su máxima potencia y tienen el "walled garden", un control vertical propiamente dicho que embiste todas las fases del web y que por lo tanto maximiza el provecho, con la vista gorda del libre mercado y de la libre competencia.

Siempre desde esta óptica, se pueden leer las recientes afirmaciones de importantes propietarios con relación a las tecnologías de streaming (Realmedia de Realnetworks, Quick Time di Apple Computer y Windows Media di Microsoft, ¡donde hay dinero el viejo Gates no falta!) que están destinadas a predominar en el próximo futuro: las limitaciones impuestas por el hardware (sistemas poco potentes) y por las infraestructuras de redes (conexiones lentas) se terminaron, gracias a las fibras y a la evolución de los sistemas, los medios visuales retoman el control de la comunicación, "desalojando" o redimensionando sensiblemente el rol del texto escrito.

Otra señal inquietante que llega a partir de las transformaciones de la red, es la evolución hacia la tecnología *push*, que en resumen consiste en esto: hasta ahora, el tráfico web se basaba en un

modelo "pull" (en inglés, tirar), es decir, el usuario pide mediante su propio navegador, la información que necesita en la red, que le muestra simplemente los contenidos. El equilibrio, en este caso, está decididamente a favor del usuario, que tiene la posibilidad de administrar autónomamente sus propias elecciones de consumo e información; la filosofía que sostiene la tecnología "push" (empujar) es exactamente la opuesta: es la red la que empuja los contenidos hacia el individuo, recogiendo sus preferencias de análisis cruzados con el tráfico de datos y de los desplazamientos. Se trata obviamente de contenidos publicitarios (tipo la liquidación que se hace en el negocio que está a 50 metros del lugar donde estamos en ese momento), pero las aplicaciones posibles se extienden también a otros campos, no desdeñando el político y relativo a la información (¿ayer estabas en un sitio del movimiento? Ahora vas a tener que ver el banner filo-gubernamental). En este contexto, las preocupaciones respecto a la privacidad y a la conservación de datos relativos a la navegación de particulares asumen una dimensión todavía más significativa.

Todo esto para decir que, muy probablemente, la causa de los efectivos retrasos que se acumularon en la definición de susodichos estándares y en la vigencia de tecnologías como UTMS y Wi-Fi, no se tiene que buscar en presuntos problemas técnicos, como en un cálculo de las posibles variantes de un uso "alterado" (leer: no comercial) de estos servicios, y de su eliminación a priori con obstáculos de tipo arquitectónico. Incorporando el control en los sistemas y en los dispositivos, de hecho, se ahorran tiempo y dinero: no es más necesario tener que levantar costosos e inciertos procesos legales contra el file sharing como ese contra la Napster, sino simplemente *resulta imposible la creación y difusión*, bloqueando y escondiendo los sistemas operativos de los nuevos teléfonos celulares por ejemplo, u organizando la estructura de la red de modo que no sea posible utilizarla para un uso autónomo.

Un conflicto mediático de "tercera generación"

Frente a este escenario, es evidente que resulta necesaria una capacidad de conflicto de tercera generación, que siga los pasajes y los cambios tecnológicos de la red, y que sepa entender los pasajes fundamentales para no encontrarse arrinconada, de otro modo nos arriesgamos a encontrarnos encerrados en ghettos *pc-based* para super-expertos en los cuales manejan el open-source y P2P, mientras que la mayor parte de las personas interactuarán con la red y se comunicarán entre ellas en modo heterodirigido, expuestas a discriminaciones y manipulaciones.

El punto fundamental es que hoy aparece por primera vez en la historia -dejando de lado quizás la experiencia de las radios libres- la posibilidad de un uso democrático de masa de los medios, con el agregado de las potencialidades de la interactividad y de la reticularidad del sistema (¿una especie de ley del péndulo que golpea a los centros de control mundial, visto que el concepto de red descentralizada que dio origen a Internet fue financiado por el Pentagono!). Esto obviamente mete miedo a los "poderes fuertes", a los que se le presenta el problema de conservar el actual oligopolio político y comercial de la información y de la comunicación social en general en un escenario tecnológico en transformación. El objetivo es anular la posibilidad para los particulares y los movimientos sociales de producir canales y flujos comunicativos autónomos y alternativos a aquellos propuestos por el establishment y por los grandes grupos, que podrían iniciar espirales virtuosas de producción de subjetividad.

El riesgo de una gestión "servida" por las nuevas tecnologías es por lo tanto, alto; favorecido por una desregularización del sector que no tiene precedentes y deja las puertas abiertas a las especulaciones. Una vez que determinados estándares sean definidos y se hayan afirmados, luego será difícil -por no decir imposible- corregirlos, y estamos hablando de algo que impactará y condicionará la vida y las elecciones de millones de personas en todo el mundo. El mix de paranoia de control y de explotación comercial extrema podría, de hecho, sofocar en su nacimiento a las potencialidades de la revolución en acto, y todos aquellos que luchan por un uso horizontal y democrático de la tecnología no tienen que dejarse encontrar descolocados ante los desafíos que están en el horizonte. Es necesario, por lo tanto, una declaración social y colectiva, institucional o mejor aún, autónoma, respecto a estos pasajes cruciales.

En cuanto al frente de las arquitecturas, se garantiza la posibilidad de un uso alternativo de masa de los nuevos medios, mediante el desarrollo de plataformas abiertas por aquellos que serán los terminales de acceso a la red más difusos en los próximos años, es decir, ITV (televisión interactiva) y terminales móviles como UTMS y Wi-Fi; la conectividad en todas sus formas, presentes y futuras, tiene que ser considerada como un bien común y un derecho irrenunciable, que no puede ser objeto de especulaciones o limitaciones, y tiene que ser garantizado para todos.

Otro discurso se abre sobre las modalidades de comunicación del conflicto: estamos por

experimentar una capacidad comunicativa nunca antes alcanzada en la historia, gracias a la cual se volverá posible alcanzar, en modo relativamente fácil y económico, millones de personas.

El desafío, entonces, será salir del "ruido ambiente" del gran mar de la nueva red gracias a la capacidad de adaptarse a los nuevos contextos visuales e hipersimplificados, y sabiendo captar las especificidades y las potencialidades.

Hasta ahora, la comunicación visual fue de hecho monopolizada, con la excusa de la escasez de las frecuencias disponibles, pero ahora toda la infraestructura tecnológica está cambiando radicalmente, y se abren perspectivas enormes para quien busca, haciendo comunicación, de romper la caparazón del pensamiento único. Hagamos las cosas de modo que no se cierren.

Weblog. Información independiente entre comunidades reales y virtuales

Ugo Vallauri

El año 2002 es, sin la menor duda, el año de la definitiva consagración *mainstream* de los weblog, el blog para los amigos. Esta tendencia se tornó universalmente discutida en red, tanto que a menudo desbarataron las ediciones en papel de cotidianos y periódicos no precisamente *up-to-date* [*al día, en sintonía*] con los humores y frecuencias de internet. Pero partamos desde el inicio. ¿Qué son los blog, y cuál puede ser su rol en las estrategias de mediactivismo? En su origen, el weblog – literalmente "traza en la web"- evocaba las estadísticas sobre el tráfico de un sitio, sobre la proveniencia de los visitantes, sobre las páginas favoritas, y cosa por el estilo. Hoy, la palabra weblog continúa significando todo eso, pero se usa -común y principalmente- para ponerle una etiqueta a millares de sitios personales y comunitarios en toda la red. El blog es un sitio predominantemente textual, inmediato, continuamente actualizado, ligero para cargar con cada conexión, democrático y transparente como pocos otros, administrado a través de simples pero eficaces programas de software -a menudo *free*- de *content management* [*administración de contenidos*]. Queriendo encuadrar el fenómeno en la historia de la red, el blog es a la web del 2002 lo que las homepages personales representaban en los inicios del HTML, solo que se actualizan mucho más, en tiempos más rápidos y extremadamente más eficientes.

Tipos de blog

En términos prácticos, no existe una definición única y omnicomprendiva de blog: el término connota ya una serie de experiencias diversas, y progresivamente se ha cargado de significados nuevos con el gradual crecimiento del "género". El mínimo común denominador del mundo blog es el modelo estético, es decir, la presentación compartida de información en el interior de una interface que privilegia la informalidad, textos más que gráfica e imágenes, y un uso extensivo de los links como declaración de identidad y de relación respecto a contenidos y otros bloggers de la red.

Diversas olas se subsiguieron en la afirmación del modelo: la primera ha llevado a la cumbre proyectos de particulares, predominantemente pertenecientes al mundo de la informática como Doc Searls (doc.searls.com) y Dave Winer (www.scripting.com), que comenzaron a utilizar sus propios sitios para discutir sobre Internet, hardware y software, combinando las propias experiencias laborales con los recursos disponibles en red, recogiendo materiales interesantes, re-construyendo una agenda mediática personalizada.

Una segunda oleada apareció con el nacimiento de comunidades online delineadas en torno a temas particulares y por una organización transparente, facilitadas por los software de gestión, que apuntan a simplificar mecanismos de participación y de construcción de sentido colectivo. El caso más importantes es el de Slashdot (slashdot.org), comunidad que nació en torno a temas específicos y high-tech, caracterizada por un sistema de gestión de las colaboraciones de los usuarios en modo tal de simplificar la discusión y el crecimiento de un debate sobre las cuestiones elegidas, a menudo, sugeridas por el material aparecido en red o por indiscreciones que se filtran directamente desde los sectores informáticos. Además de la posibilidad de los miembros de Slashdot de influir en otros usuarios atribuyendo un voto a los mensajes que se visualizan, es particularmente arrolladora la vivacidad con la cual es tratado cada tema, con una progresiva profundización y un crecimiento colectivo de la comunidad, que logra eficazmente compartir los conocimientos de los individuos en beneficio de toda la comunidad. La potencia de los blog colectivos de este tipo se encuentra asimismo en el denominado efecto "slashdotted", es decir, en los picos de tráfico que se encauzan a sitios o documentos linkeados o discutidos en Slashdot. Otra comunidad muy vivaz, interesante y en crecimiento, es Kuroshin (www.kuroshin.org), parecida en espíritu a Slashdot pero caracterizada también por la dialéctica entre miembros para la aprobación de los temas a tratar. Un extraño caso de democracia efectiva.

La actual popularidad del formato del weblog deriva de la multiplicación de los diarios personales disponibles en red, hibridaciones entre comentarios muy personales y selección de sitios y materiales de importancia descubiertos en la red, a los cuales el autor del blog acompaña con breves comentarios, a menudo entrecruzados con sus propios intereses y competencias. En algunos casos, aparecen informes originales, sintéticos e informales, y los sitios están organizados en modo de consentir a cualquiera que tenga ganas de comentar los comentarios, también en este caso, elevando el nivel del discurso. En este nuevo equilibrio entre información y personalización crecen blog mantenidos por periodistas profesionales, que cuentan los entretelones de su trabajo o de sus investigaciones, proponen profundizaciones y conexiones que desvelan los procesos de construcción

de las noticias, o bien buscan nuevos aspectos en colaboración con sus propios lectores, según el modelo de Dan Gillmor (www.dangillmor.com), el célebre periodista norteamericano que sostiene que "mis lectores, colectivamente, saben siempre mucho más de lo que yo sé".

Los blog aquí descriptos y los meta-blog, es decir, portales que intentan mapear los blog por especialización o por lugar físico de producción (www.bloggando.it, www.blogspot.com) o que, en cambio, se concentran en las novedades emergentes de la blogosfera (blogdex.media.mit.edu), se proponen activamente como medios nodales, desarmando la agenda tradicional de los medios, y tejiendo nuevas tramas y nuevas jerarquías para compartir información. Un rol importante desde siempre, pero fundamental principalmente en internet, donde las energías de los individuos tienden a disiparse si no son utilizadas (por lo tanto, linkeadas, redescubiertas, relanzadas) por otros.

El software blog y la estética blog que produce.

La inmediatez del blog y la sencillez para su creación y gestión son las bases del inmenso éxito de este instrumento. Gran parte de estos méritos se deben a la genialidad del software. El concepto es simple: los diversos programas que permiten "bloguear" hacen obvias y accesibles las operaciones de publicación, archivo y formateo del propio sitio, sin necesidad de conocimientos significativos de los lenguajes de scripting y publicación de internet. Tanto Blogger (www.blogger.com), el software más famoso en este campo, como toda la galaxia de sus alternativas más modulares y flexibles, de familia open-source, tal como phpnuke.org, postnuke.org, slashcode.com y squishdot.org, permiten administrar la publicación de cualquier texto simplemente tipeándolo y haciendo click sobre la palabra mágica "publish", sin tener que preocuparse por nada más. Simples rutinas facilitan luego la administración de los archivos de los post [comentarios], y su accesibilidad a través de los denominados "perma-links", es decir, links permanentes inmediatamente asociados a un post específico, y de los comentarios de los usuarios, registrados o no. El autor no tiene más que elegir una interface gráfica predeterminada (en el caso de que no sepa o no quiera crear una propia), establecer sus propios links de referencia a otros blog y a sitios de referencia, y concentrarse sobre los textos que escribirá. Incluso existen script que se añaden fácilmente a la barra de comandos del propio browser que hacen muy fácil la inserción de la página que se está visitando en ese momento en el propio blog, acompañada por un breve comentario, o lo que se desee, todo siempre con un click.

La representación de los post sobre las páginas de los blog ha dado lugar a una estética determinada, con indicación de la fecha, hora, del permalink, del autor (muy útil en el caso de blog administrados por varios usuarios), el link de referencia (cuando exista) y, obviamente, el texto del post. En la columna de la izquierda a menudo se encuentran información básica sobre el autor, citas, sitios de referencia y/o recomendaciones de lecturas, videos o audios. En la columna de la derecha, generalmente va la lista de los blogger amigos, la denominada '*blogrolling*'. Las columnas laterales, no obstante, pueden estar invertidas. Los post de la columna central están presentados en orden cronológico, en primer lugar el más reciente, y luego, los otros. Desde el punto de vista estilístico, son generalmente muy breves, fragmentarios, escritos en lenguaje coloquial, más similar al lenguaje hablado, al flujo de conciencia, que al lenguaje escrito. La continua (obsesiva se podría decir) actualización de los blog, junto a todas las características precedentes, contribuye a establecer una relación de simbiosis del público con el autor (o los autores) del blog de preferencia, que a su vez, estimula modelos de consumo no habituales.

La difusión de diversos programas de administración de los blog ha contribuido directamente a una reorganización en la presentación de las informaciones. La progresiva uniformidad hacia una estructura ordenada para los post, repletos de links y accesibles a través de perma-links, no solo ha simplificado la actualización continua de los motores de búsqueda, sino también la relación del usuarios con su propio blog. La interface simple y recurrente del blog, el orden cronológico en el cual se presentan los post, e incluso su brevedad, son elementos que remarcen la evolución cultural hacia sistemas más eficaces para difundir información.

No es exagerado mirar a los blog como a una extensión del yo en la red, una especie de micrófono y caja de resonancia de gustos, pasiones y pensamientos de un individuo; muy a menudo espacio de la construcción de la propia identidad en red a través de la organización y el compartir informaciones, ideas y recursos del propio estar en red (existen utilidades que automáticamente publican en el propio blog la lista actualizada de los favoritos del browser con el cual se navega, etc.). Se trata de un instrumento muy importante para condensar las propias acciones y los propios intereses en una especie de continuo dialogo con el propio círculo de lectores, amigos o conocidos. Desde el punto de vista del lector, el blog o la red de blog que se elige frecuentar, refleja una

jerarquía de confianza que arremete con las clásicas reglas de la marca, y está relacionado con una red afectiva, donde el blogger es la persona que conoces (o de la cual leíste un libro, un artículo, o también un simple post, o que alguien de confianza te lo aconsejó) – y por lo tanto, decides profundizar la observación del mundo a través de la lente de aumento de su blog. El atractivo está, por lo tanto, en la sensación de cercanía ya presente, o bien, que se crea, una especie de complicidad, que facilita la comunicación entre el blogger y su comunidad. El lector tiene, entonces, una serie de ventajas: puede compartir directamente, y casi inmediatamente, los comentarios y los recursos ofrecidos por el blogger, puede contribuir él mismo al debate y a la incorporación de nuevos aspectos relevantes en el debate, e interactuar con un pequeño círculo de otros fieles a través de un foro o, simplemente, puede contentarse con la certeza de compartir recorridos de lectura, cognitivos y discusiones con otros obstinados frequentadores de un blog.

El modelo blog y el mediactivismo

Este rápido recorrido sobre las tecnologías y estilos de los blog, indica que existen instrumentos eficientes y notablemente adaptables para establecer la propia presencia sobre web. La cuestión clave que se tiene que enfocar es aquella de la relación esfuerzo/beneficio en el crear blog en torno a temas y campañas del activismo y de la información alternativa. Uno de los usos más interesantes del medio es, precisamente, el hecho de compartir la información (y contrainformación) periodística que el blog permite, adaptada según el filtro personal de quien analiza y cataloga las fuentes, confrontando, extrayendo y remezclando píldoras de contenido aparecidos en red. Esta forma de voluntariado por web, o bien, de "socialización" de los recursos considerados útiles, su *representación* inteligente y provocatoria, y la declaración de los procesos cognitivos del individuo que rinden evidentes los esquemas interpretativos, exigen al blogger un esfuerzo continuo con su propia tribu de lectores, de sostenedores participantes, que ven al blogger como un pequeño gurú de referencia. Muy a menudo el blogger se limita a poner a disposición de sus lectores recursos que ha leído -no necesariamente "para" escribir sobre eso en el blog-, apuntando a difundir su punto de vista; sin embargo, también es verdad que los blog más significativos, entusiasmantes y *adictivos* son fruto del trabajo arduo por parte de los propios autores, y casi nunca el resultado de simple escritura "accidental". Los límites de este sistema residen también en la dificultad de consolidar relaciones fuertes y continuas con una comunidad numéricamente significativa. El blogger se expone continuamente a caer en dinámicas frustrantes, ineficientes e implosivas: independientemente de la calidad y de la actualización de los materiales presentados, la mayoría de los blog fracasan en expresar su potencial comunicativo, no "encuentran" su audiencia. Es una tecnología simple, verdaderamente al alcance de todos, y precisamente por este aspecto tiene a sofocar su potencial: el modelo utópico "una mente, un teclado, un blog" en vez de representar la meta definitiva de la horizontalidad mediática, termina por transformar una enorme cantidad de material interesante en rumor vacío, estéril e inútil.

Al mismo tiempo, hay un aspecto interesante y no desdeñable en las dinámicas compartidas de los blog. El denominado "blogrolling", es decir, la extensión de una subred de bloggers, que se hablan entre ellos, se confrontan, se citan entre sí, se "roban" las ideas y los temas de discusión, constituye la encarnación más convincente del *marketing virulento* de la red en estos meses. Es así que, no obstante la autorreferencialidad que caracteriza a muchos de los blog personales, haya espacio para retomar y comentar ideas originales o artículos comentados por otros blogger "amigos". Automáticamente, los usuarios/colaboradores del blog son advertidos de la novedad que, a su vez, la señalan a sus listas de direcciones email, o a otros blogger con los cuales está en contacto, y el tam-tam obsesivo se vuelve global, o de todos modos, ensancha (potencialmente) las redes del discurso con una fuerza imparable. Una demostración de este aspecto se obtiene visitando blogdex (blogdex.media.mit.edu), termómetro de los recursos más citados en los blog, que diariamente señala las historias y las perspectivas más discutidas en red, revelando distancias notables entre la agenda sugerida por la suma de los blog y la típica de los medios corporativos.

Una propuesta para el blog-activismo

Las consideraciones hechas hasta ahora sobre los vicios y virtudes de los blog se entrecruzan con la situación de la información independiente y del mediactivismo. El fermento creativo y productivo de los últimos años sobre Internet en Italia ha producido mucho más que uno de los nodos de Indymedia más consistentes. Sitios como makaja.org, 31febbraio.org, altremappe.org, sherwood.it, amisnet.org, zabriskypoint.org, newbrainframes.org, tmcrew.org, e-left.it e informationguerrilla.org,

-por citar solamente algunos de los casos- son ejemplos concretos de la cantidad de esfuerzos para balancear e infectar la agenda dictada cotidianamente por los Grandes Medios en nuestro país. Cada uno de estos sitios parte, principalmente, de una comunidad física de referencia, radicada en el territorio donde las iniciativas se des/materializan, que participa en las acciones y contribuye a transitarlas también fuera de la red. Si en la constitución del tejido conectivo de una comunidad local, la producción y la convergencia de información independiente sobre web tiene un rol importante, no tan eficientes se pueden juzgar las dinámicas de expansión y difusión de la información en red más allá de las comunidades físicamente alcanzadas. La concentración del tráfico periodístico online no se diferencia de la economía de las otras mercaderías intercambiadas en red: está en manos de los mismos de siempre, las marcas más globalmente difundidas y reconocidas (Yahoo, CNN, Msnbc, etc., y sus derivados italianos).

En la práctica, no obstante Internet haga posible y evidente el acceso a recursos y publicaciones independientes, hasta ahora no solo no se logró construir una alternativa libre y completa a los grupos dominantes (en este sentido, existen obvias resistencias internas en los grupos de mediactivistas sobre la conveniencia de la información alternativa de masa – ver entrevista a Dee Dee Halleck en este libro), pero tampoco se estuvo en grado -aunque hubo ocasiones, Génova por ejemplo- de infectar positivamente el sistema de los medios tradicionales, para hacer emerger con claridad sus contradicciones, elevando las conciencias sobre la opinión pública.

Los motivos de la escasa penetración de la información independiente en red residen en primer lugar por estar -precisamente- a menudo confinada en la red, y por lo tanto, fácilmente marginable por parte de los aparatos. En consecuencia, las grandes oportunidades de acceso garantizadas por Internet se transforman en un nada de hecho, en cuanto el público que más tendría necesidad de una alternativa de información dominante continúa estando distanciado. Parte de la responsabilidad de esta marginalización se tiene que buscar en los formatos y en el lenguaje de la información online, a menudo muy distanciado de una sustanciosa porción de su público potencial. Un ulterior motivo de insatisfacción en las dinámicas de difusión de la información independiente está en la insuficiente convergencia de los esfuerzos productivos, en la falta de eficaces sinergias en las investigaciones, los artículos y las contribuciones audio/video ya realizadas.

Precisamente desde esta óptica, el uso del blog, aunque sea como etapa de inicio para otro tipo de inventario de la información alternativa, puede contribuir con un salto cualitativo para el mediactivismo. El modelo estético comunicativo, la fuerte personalización, el abatimiento de las barreras entre autor y lector, la apertura a la creación colectiva, desde abajo, del medio y del discurso que se desarrolla en su interior, constituyen oportunidades que no se tienen que subestimar para integrar y dar vuelta eficazmente la información corporativa. La hipertextualidad de la red adquiere con el modelo blog un significado más verdadero y decisivo en la creación de nodos de concentración y distribuidores del conocimiento.

Reaproximar al público a quien teje los hilos de la discusión, desenmascarar los procesos productivos, las conexiones con los documentos y los recursos de la red, utilizar un lenguaje y una forma lo más parecidas posible con las que usan los ciudadanos y ciudadanas no acostumbrados al sombrío realismo típico de la contrainformación: éstas son estrategias que no solo son posibles, sino necesarias para un mediactivismo que logre abrir una brecha en el panorama de los medios.

Lo que esto quiere significar para los sitios de mediactivismo se explicita a continuación: acompañar el debate sobre las cuestiones tratadas con la atención dirigida hacia la construcción de una comunidad en red que debate y participa. Y para hacer esto, utilizar un modelo personalizante y amigable como el del blog, que no solo acerque a los usuarios a las cuestiones tratadas, sino que marque el perfil de los sujetos que participan. Quizás, desde esta perspectiva, no sea más "una mente, una computadora, un sitio", sino que "un sitio-muchas mentes pensantes-una comunidad de micrositos que explicitan las conexiones y las personalidades de los componentes de la comunidad-sitio" puede ser la estrategia ganadora. A través de las experiencias y los recorridos de los individuos por un lado, y por el otro, a través de la dialéctica con otros componentes de la comunidad, la integración blog+sitios independientes puede lograr el mejor desarrollo de los planos discursivos a los cuales está dedicado el sitio, sin renunciar a establecer una relación de cercanía con el propio público. Gracias a la explicitación, tan típica del blog, de un propio estilo de escritura, de una colección propia de referencias en red, de compartir lo visto.

Para concluir, el modelo blog, en sus continuas variaciones y reformulaciones, manda un mensaje claro al mediactivismo en red: acercarse a la propia comunidad, explicitar y compartir las propias subjetividades, ofrecer espacios en los cuales el público se pueda identificar tanto con los componentes de una comunidad como con las publicaciones por ellos expresadas. Con un eslógan, interface y contextos tranquilizantes para contenidos verdaderamente de quiebre.

El movimiento entre los medios cerrados y medios abiertos

Silvano *mcsilvan* Cacciari

Instintivamente se puede pensar la relación entre medios cerrados y medios abiertos como la que existe entre los viejos medios unidireccionales y nuevos medios reticulares. Se puede, en cambio, desarrollar la discusión sobre medios cerrados y medios abiertos en otro modo, siempre teniendo en cuenta el tema de la posibilidad de acceso a los medios de comunicación y el de las formas de socialización posibles a través de estos medios de comunicación.

No estamos frente a temas banalmente académicos o que se pueden entregar al mundo de lo bizarro. Además en nuestro panorama mediático, no es una cosa sin consecuencias el hecho de que por decenios la radio y la televisión funcionaron como agencia de socialización del propio modelo de comunicación unidireccional -cuya controversia había alcanzado picos vertiginosos a partir de los primeros años 60- encontrándose en la cita con la red ya sea con el estatus del viejo medio que con aquel del detentador del poder de orientación de inmensos estratos de la sociedad.

¿Podrían definirse a la radio y la televisión como medios cerrados? Sí, porque privilegian groseramente formas de comunicación unidireccionales aún cuando se remueva *totalmente* todo patrimonio de la actualización que proviene de las controversias. ¿Podrían definirse a la radio y la televisión como medios abiertos? Sí, porque su capacidad de funcionar como agencia de socialización traspasaba cualquier *firewall [barrera]* lingüístico y de comportamiento, cualquier protección semántica de prácticas discursivas de sector social. La misma ambivalencia podríamos notarla en la bifurcación entre cierre en la producción del medio -redacciones cerradas, reguladas por pactos o reglas de equipo, hasta por acuerdos formales entre fuerzas políticas (es el caso, aún vigente, de la Rai)- y la apertura en sus posibilidades de presentación: con el transcurso de los decenios la radio y la televisión pasaron de utilizar los clásicos lugares de la presentación teatral y la oratoria (el escenario, el palco, la tarima) a abrir lugares cada vez más inusuales de presentación: hacia mitad de los años 90 la Mtv, antes de las posibilidades de *streaming* abiertas por la red, transmitía en vivo con conductores que hablaban mientras se bañaban en la playa como representación extrema del deseo de *coverage [cobertura]* de los comportamientos.

El encuentro con la red sucede, por lo tanto, cuando la radio y la televisión llevan en dote un patrimonio de aperturas, sobre el plano de la amplitud de los dispositivos de socialización producidos, y de cierres, sobre el plano de las posibilidades de producción, que rinden su *know-how [saberes técnicos]* socializante y operacional enfrentado con las prácticas discursivas de apertura y de cierre provenientes de la red.

A inicios de la segunda mitad de los años 90, es cuando, por ejemplo con Luhmann que escribe *Realität der Massenmedien* (Opladen, 1996), la teoría de la sociedad -y del medio como elemento no diferenciable de la producción de relaciones sociales-, asume en forma madura en su propio bagaje conceptual, el lenguaje de las generaciones de las ciencias de la información, y la red ha ya demostrado un amplio espectro de capacidad de cortocircuito de los dispositivos "cerrado" y "abierto" modelados por los medios tradicionales.

En este escenario, la revisión de los dispositivos "abierto" y "cerrado", en el contacto y en la concurrencia, entre medios tradicionales, nuevos medios y prácticas de movimiento sufre deslizamientos que desplazan de los consolidados lugares comunes. Las investigaciones de la e-zine sociológica *Cybersociology* (www.socio.demon.co.uk/magazine/magazine.html) dirigida por Robin Hamann, consultor del *media mainstream* británico, revelan -ya desde el período 97/99- a considerar maduro (por la velocidad de extensión de las nuevas tecnologías de la comunicación) que las prácticas discursivas de los movimientos en red se reproduzcan según dinámicas de clausura autorreferencial y no solo, por lo tanto, a través de los códigos de horizontalidad que desestructuran los dispositivos de los medios tradicionales. El número 5 de *Cybersociology*, que se encuentra en la dirección citada, que lleva como título *Grassroots [raíces]* como significativo término de apertura (para indicar como se tienen que leer los dispositivos de significado que aquí se llaman "desde abajo" que parten desde la red), muestra como las nuevas tecnologías de la comunicación son también el vector de múltiples mecanismos autorreferenciales de los movimientos de base.

Por otra parte, la dinámica grupo cerrado/grupo abierto es un tipo ideal de las dinámicas colectivas que se determinó con la explosión de la gran rebelión a fines de los años 60: el grupo cerrado, dinámica de especialización que tiene sus posibilidades entrópicas en la selección cada vez más restringida de lenguaje y miembros, y el grupo abierto -dinámica de socialización que tiene sus chances entrópicas en la generalidad de los significados y de los comportamientos debido a continuas operaciones de inclusión- parecen precisamente proponer sus aventuras y reformulaciones de los años 70 para volver a los códigos de la red.

La reformulación continua de los nuevos y viejos medios, y de las prácticas políticas que se relacionan, se juega entonces sobre dispositivos de cierre y apertura -de especialización (que es otra cosa más allá de la pura verticalidad) y de horizontalidad por lo tanto- que pertenecen a todos los actores del campo: *broadcasting* tradicional, red, redacciones, movimientos políticos. La verdadera confrontación, lo que se juega en el terreno de la producción de códigos para la socialización, usados y personalizados en la interacción social y en las localizaciones de poder, es entre redes que están en grado de modular las selecciones de apertura y de cierre circunscribiendo vastas cuencas de saberes hasta ahora creados y en evolución en cada ámbito, partiendo desde el viejo medio hasta las más osadas prácticas de *streaming*. La contraposición nuevos/viejos medios, movimiento "desde abajo" y medios "desde arriba", sirve solo para no comprender como las reestructuraciones mediáticas en sentido autoritario se sirven de cada cuenca de saberes y de dinámicas de apertura.

En este sentido, también el ojo sociológico del idioma italiano está cambiando la salida, un par de años atrás, la traducción de *L'analisi qualitativa dei media* [El análisis cualitativo de los medios] de Altheide (Rubbettino, 2000) es testigo de un proceso donde el análisis de las formas de interacción simbólica y de la construcción de prácticas discursivas buscan lo inédito con relación a fórmulas de extracción del conocimiento caracterizadas por un progresismo consolador y de contraposición didascálicas.

Para recordar el tipo de apuesta a nivel de movimiento, daría una ojeada al clásico *Bambino dalle uova d'oro* [Niño de los huevos de oro] de Fachinelli. Ese texto contenía una serie de ensayos entre los cuales estaba "¿grupo abierto o grupo cerrado?" que reproducía un debate en el Universidad de Trento durante los años vibrantes.

Torciendo un poco ese debate según nuestras exigencias -las de una dinámica *face to face* liberatoria, creativa y socializante- recuerdo la impresión que aún tengo de ese texto: tanto la propuesta de valorizar la socialización a través del "grupo abierto", de un colectivo que absorbe cada vez más personas y temas en su interior, como la de valorizar el "grupo cerrado", especializado y no dispersivo, terminaban por implosionar a causa de diferentes insurgencias de complejidad.

El grupo abierto, porque no lograba hacerse cargo de todos los temas y de todos los males del mundo, y el segundo porque terminaba por reproducir los típicos trazos de la autorreferencialidad sofocante. Si observamos la preparación de la contracumbre de Génova 2001 y subsiguientes, vemos cómo los grupos abiertos, hoy principalmente telemáticos o que se reservan dinámicas de apertura preferentemente via web, estén un poco como paralizados -a causa de la terrible complejidad a domar- y estén observando las rígidas dinámicas de legitimación que los grupos cerrados (en este caso los especializados en el tejido de relaciones políticas) utilizan desnaturalizadamente para reproducirse o desarrollarse.

Grupos cerrados, grupos abiertos; medios cerrados, medios abiertos: sobre esta variable superficie un movimiento se juega su propio futuro en las comunicaciones de masa.