

Activismo gráfico en la Argentina contemporánea. Un análisis de los movimientos sociales autoconvocados (2010-2018).

Ignacio Ravazzoli.

Cita:

Ignacio Ravazzoli (2019). *Activismo gráfico en la Argentina contemporánea. Un análisis de los movimientos sociales autoconvocados (2010-2018)*. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/604>

Activismo gráfico en la Argentina contemporánea. Un análisis de los movimientos sociales autoconvocados (2010-2018)

Ignacio Ravazzoli

Eje 6: Cultura, Significación, Comunicación, Identidades

Mesa 101: Sociología y Diseño: reflexiones en torno a la cultura material

FADU y Facultad de Ciencias Sociales (UBA)

iravazzoli@gmail.com

Abstract

La sociedad red en la que actualmente estamos inmersos implica la centralidad de tecnologías de la comunicación y de la información que se sustentan en redes continuamente configuradas y reconfiguradas (Castells, 2009). En este contexto, las nuevas tecnologías plantean la posibilidad de crear nuevos canales para contrarrestar el discurso hegemónico basado en el monopolio del conocimiento, generando estrategias y discursos propios al interior del campo (Bourdieu, 1983). Los movimientos sociales actuales se establecen, en este sentido, como redes arraigadas en el contexto urbano que se continúan en el espacio libre de Internet (Rubiano, 2014), y dentro de los cuales el activismo gráfico cobra vital importancia, dado que procura generar un impacto y concientizar al público en base a recursos visuales, en cuya generación se encuentran implicados tanto diseñadores expertos como no expertos (Manzini, 2015). A la luz de estas circunstancias, el objetivo de la presente investigación será analizar las particularidades de la gráfica surgida al interior de los movimientos sociales autoconvocados argentinos de los últimos años, para lo cual se estudiarán en profundidad los casos del Ni una menos, UBA de Pie y los movimientos a favor de la legalización del aborto

Palabras clave: movimientos sociales autoconvocados, redes sociales, activismo gráfico

Introducción

En una sociedad en constante mutación que ofrece canales múltiples y participativos (Castells, 2009), el activismo gráfico adquiere una serie de particularidades signadas por las redes horizontales

multimodales, que se sostienen a través de plataformas tecnológicas constituidas como circuitos inmediatos e igualitarios de expresión, difusión y participación, abiertos y en constante construcción colectiva. Los movimientos sociales autoconvocados en el contexto nacional actual, y las piezas gráficas producidas tanto para la manifestación pública como para la circulación digital, pueden analizarse a la luz de las particularidades del contexto tecnológico anteriormente mencionado. Los múltiples canales de producción y difusión de las piezas al interior de movimientos que se construyen como partidarios y espontáneos, permiten la participación de un espectro amplio de creadores, tanto expertos como no expertos (Manzini, 2015) que construyen canales alternativos que ponen en cuestión a los discursos hegemónicos.

En este sentido, y desde un enfoque sociológico en relación con el diseño social, el objetivo de la presente investigación será analizar el activismo gráfico en movimientos sociales autoconvocados argentinos de los últimos años, teniendo en cuenta un contexto signado por una sociedad del conocimiento que genera redes horizontales y que permite una participación tanto en la vía pública como a través de la Web. Atento a la relevancia del tema, dada su actualidad y vigencia en el contexto actual, se postulan una serie de preguntas asociadas: ¿Cómo se interrelaciona, en la sociedad red actual, el activismo gráfico virtual con el activismo físico propio de la manifestación pública y qué particularidades adopta este activismo para disputar un espacio en el campo y lograr visibilidad en el reclamo? ¿Qué rol cumplen los diseñadores expertos y no expertos en la conformación del corpus gráfico del movimiento?

El análisis se centrará, principalmente, en tres movimientos autoconvocados argentinos surgidos en los últimos años, a saber, el movimiento UBA de Pie, el movimiento Ni una menos y las iniciativas a favor de la legalización del aborto; y tomando como objeto de estudio al corpus de piezas gráficas de dichos movimientos generado tanto por diseñadores expertos como no expertos. Se procurará abordar el caso en sus múltiples dimensiones en relación al diseño, lo que incluye la manifestación en vía pública, las producciones individuales y colaborativas llevadas a cabo por diseñadores profesionales y no profesionales (Manzini, 2015) para visibilizar la problemática, y la generación, difusión y viralización de contenido gráfico en redes sociales.

Objetivo general

- Analizar las particularidades del activismo gráfico en movimientos sociales autoconvocados en el contexto de la Argentina contemporánea

Objetivos específicos

- Analizar las lógicas de producción y difusión de las piezas gráficas al interior de estos movimientos en relación a las nuevas tecnologías de la comunicación
- Comprender los roles que cumplen los diseñadores expertos y no expertos en la conformación del corpus gráfico de los movimientos considerados
- Describir los rasgos de las sociedades contemporáneas en relación a las nuevas formas de activismo

Dichos objetivos se basan en la hipótesis principal de que la construcción autoconvocada y horizontal de los movimientos sociales analizados incide de manera determinante en las particularidades vinculadas a la producción y circulación de las piezas gráficas generadas alrededor de estas iniciativas. A la luz de estos fenómenos, resulta relevante abordar las potencialidades gráfico-discursivas del activismo gráfico partiendo de una segunda hipótesis: en movimientos apartidarios y auto-convocados, aquellos creadores expertos y no expertos (Manzini, 2015) cuentan con una libertad material, discursiva y recursiva para realizar sus diseños, lo que no suele suceder cuando las manifestaciones son organizadas por una institución o partido determinado. El “corset ideológico” (entendido como aquel sistema de postulados que estructuran una organización política y que redundan en tipos determinados y acotados de estructuras discursivas que se trasladan al desarrollo de piezas gráficas) que se impone desde arriba cercena muchas de las potencialidades del diseño, lo que no sucede cuando el movimiento no tiene un liderazgo visible. En este sentido, la riqueza del análisis versa en entender el contexto de las piezas producidas y el público al que se procura alcanzar, y cómo las características particulares del movimiento repercuten en el contenido, estética y circulación de las piezas.

Metodología

La presente investigación será abordada desde una metodología cualitativa, en base a una serie de tareas divididas en tres ejes generales: el rastreo y análisis de piezas gráficas en la Web; la toma, compilación y análisis de fotografías de manifestaciones autoconvocadas; y la realización de entrevistas a actores implicados. Dichas actividades se plantean de modo de estructurar el análisis de lo general a lo particular: primero se genera un corpus gráfico que permita una aproximación al tema, luego se fotografían una serie de manifestaciones públicas para comprender la presencia del activismo

gráfico en el contexto urbano más allá de la virtualidad, para luego, con el material y los datos recabados, realizar entrevistas a actores implicados, de modo de rescatar la voz de los creadores detrás de las piezas. La estructuración del plan metodológico encuentra justificación en la heterogeneidad de los movimientos analizados, por lo que cada etapa implica la obtención y análisis de materiales diversos: el carácter autoconvocado en un contexto donde las nuevas tecnologías cobran cada vez más protagonismo repercute en la emergencia de una variedad de actores, recursos, estilos gráficos y soportes que hace necesario un abordaje que permita abarcar diferentes materiales. Por ello se recurre a un método de recolección de piezas gráficas y testimonios diversos (aunque interrelacionados), que se inicia con un rastreo en las redes sociales y con un análisis de las formas en que circulan y se difunden en el ámbito virtual en retroalimentación con la presencia de la gráfica en las manifestaciones en el espacio público.

Para lo primero se contempla la compilación de un corpus de piezas gráficas de movimientos sociales autoconvocados argentinos de los últimos años a través de las redes sociales. Tanto el movimiento Ni una menos como las iniciativas a favor de la legalización del aborto y el movimiento UBA de Pie representan casos de análisis relevantes en el contexto nacional reciente donde se observa una producción y circulación de piezas gráficas que se expande a las redes sociales, cuyo papel en las acciones reivindicativas se reviste vital importancia. De este modo, su análisis se vuelve relevante en función de los objetivos propuestos, puesto que representan iniciativas novedosas donde las acciones en la vía pública y el activismo virtual se retroalimentan y establecen nuevas configuraciones en los movimientos sociales.

Para abordar la gráfica surgida a la luz de estos movimientos se indagará en la figura del hashtag, de modo de generar una lista asociada a movimientos ya existentes para lograr una optimización y un mayor alcance de la búsqueda. Dicho rastreo se realizará, eminentemente, en Facebook e Instagram, dando mayor importancia a este último, habida cuenta del crecimiento de esta red social en los últimos años. A ello se le agrega el análisis de cuentas en redes sociales de actores e iniciativas implicadas en este tipo de movimientos, con el fin de abordar los modos en que las piezas gráficas circulan y se difunden en el ámbito de la Web, y las formas con que este trabajo de visibilización se interrelaciona con las manifestaciones en el espacio público.

Con ello se espera confeccionar un panorama general del activismo gráfico en el ámbito de la Web, procurando establecer categorizaciones en función de criterios estilísticos, recursivos y de formato; para comenzar a comprender los patrones comunes y disruptivos en los diferentes movimientos

analizados, así como los diferentes modos en que la gráfica contribuye a la visibilización de las reivindicaciones impulsadas en el espacio virtual y cómo esto se traslada al espacio público.

En segundo lugar, se realizarán fotografías de propia autoría de actores y de piezas gráficas en manifestaciones autoconvocadas en el espacio público, a lo que se suma el complemento de imágenes aportadas por actores involucrados, de modo de generar un corpus visual de análisis que permita comprender a la gráfica en contexto. Entendiendo que en los movimientos autoconvocados contemporáneos existe una retroalimentación entre lo público y lo virtual como un rasgo constitutivo, la herramienta de la fotografía permite una aproximación contextualizada de la gráfica, rescatando la acción de los actores en la manifestación, los formatos de la gráfica, los modos en que las personas muestran las piezas, la recepción por parte de los sujetos no directamente implicados (los peatones que se encuentran en el lugar donde se producen las manifestaciones), y las formas en que la gráfica interactúa y se inserta en el espacio urbano.

En tercer lugar, y por último, se proyectan una serie de entrevistas abiertas a actores involucrados con el objetivo de comprender en profundidad las lógicas de producción y circulación de las piezas desde la propia voz de los creadores. Para ello se plantea una división que responde a los objetivos del trabajo que refiere a la distinción entre los diseñadores expertos y los no expertos. Dado el carácter del movimiento, resulta útil realizar esta distinción, atento a la heterogeneidad de actores involucrados, cuyas habilidades para producir y difundir piezas gráficas resulta disímil.

A través de las entrevistas, entonces, se pretende rescatar la heterogeneidad de voces involucradas en los movimientos autoconvocados con el fin de entender cómo repercute esto en la generación de piezas gráficas y cómo la gráfica se construye para los actores como una herramienta de participación activa tanto en el ámbito urbano como en el contexto de la virtualidad.

Activismo gráfico: entre el diseño experto y el diseño difuso

La actualidad del tema implica una carencia de producciones teóricas en torno al movimiento que, dada su relevancia y magnitud, vuelve pertinente su análisis, de modo de comprender en profundidad la lógica de iniciativas de alcance masivo y de amplia legitimidad en muchos de los sectores de la sociedad actual. Abordar las características del activismo gráfico al interior de estos movimientos y en el marco de una sociedad del conocimiento y de la información mediada por las redes horizontales multimodales, permite, por su parte, comprender las particularidades del diseño en un tiempo donde la virtualidad ya no es subsidiaria de la manifestación pública, sino que se compone como un elemento

central en una retroalimentación entre lo virtual y lo real. Esto genera una serie de nuevos activismos y modos de circulación y visibilidad de las piezas, que ya no se reducen al soporte físico, sino que implican una circulación, viralización y reconfiguración en el espacio de la Web que luego puede trasladarse a la manifestación en el espacio público (y viceversa).

En primer término resulta primordial establecer una definición de aquello que en la investigación se entenderá por movimiento social y por activismo gráfico. En el marco de sociedades contemporáneas mediadas por las redes comunicativas e informacionales, los movimientos sociales se comprenden, en un sentido clásico, como palancas del cambio social que surgen de crisis de las condiciones de vida y de la desconfianza de las instituciones que gestionan la sociedad. Estos sectores, frente al deterioro material de las condiciones de vida y-o de la crisis de gestión de los asuntos públicos, toman los asuntos en sus manos, participando de acciones colectivas diferentes de los canales institucionales prescritos para defender sus reivindicaciones. Los movimientos analizados se estructuran en base a una construcción identitaria horizontal y autoconvocada (Arfuch, 2002), lo que no implica necesariamente que no haya intereses partidarios por detrás, sino más bien que el movimiento se construye y percibe por fuera del accionar de un partido político en particular. Dicha construcción identitaria abre el juego a una participación amplia desde la gráfica, dado que no hay limitaciones recursivas aparentes, ni tampoco en lo que respecta a materialidades, soportes, estilos y mensajes que se observan en las piezas. En el seno de estos movimientos, y abordado desde el diseño social, se desarrolla el activismo gráfico. Dicha categoría remite a las piezas gráficas que persiguen los propósitos de concientizar, activar y conmover a los sujetos en tanto ciudadanos. Con ello se busca visibilizar las relaciones ocultas en la sociedad y propiciar la transformación de una situación determinada: no existe solamente una visión negativa sino también transformadora de dicha situación. En contra de la naturalización de ciertos preceptos sociales, el activismo gráfico denuncia desde lo visual que el mundo no es como aparenta, en cuyo caso es plausible de ser transformado. La definición utilizada, por otra parte, reconoce que la audiencia a la que apela este tipo de piezas no se expone de forma directa y aislada a los mensajes, sino que dichos mensajes son codificados de acuerdo a valoraciones instauradas previamente en los sujetos. Por ello, el activismo gráfico no puede ser entendido sin atender a los límites de la comunicación social, sino teniendo conciencia de la que la sola comunicación y el énfasis de los mensajes no es suficiente y debe acompañarse por otras formas de activismo que pasan por la movilización de sectores de opinión específicos. En otros términos, el activismo gráfico es una forma de acompañamiento de otros procesos. La mera circulación no alcanza para que tal contenido sea apropiado por alguna audiencia. Para que la movilización sea efectiva es indispensable trabajar con los líderes de las

comunidades en las que se busca activar a la ciudadanía, por lo que es indispensable pensar en modelos comunicativos cara a cara que permitan estructurar cualquier tipo de estrategia visual (Rubiano, 2014). En la producción y circulación de este tipo de piezas gráficas existe una participación amplia de personas que implica el accionar tanto de diseñadores expertos como de diseñadores no expertos. Los primeros son profesionales o están en vías de serlo, mientras que los segundos no tienen una vinculación directa ni conocimientos específicos de diseño. No obstante ello, el accionar de ambos grupos resulta fundamental a la hora de establecer nuevos usos del diseño para proponer soluciones y generar significado (Manzini, 2015). En un mundo donde los medios de creación son accesibles a un número creciente de personas, puede decirse que todos tienen la capacidad de diseñar, lo cual puede observarse en el corpus gráfico surgido a la luz de los movimientos estudiados. Y es precisamente esta amplitud, esta noción y aplicación extendida del diseño, un rasgo fundamental a la hora de entender el alcance de la gráfica de estas iniciativas.

Si bien el diseño no experto existe desde antes de la aparición de los recursos informáticos, con la irrupción de Internet y la utilización extendida de las computadoras adquiere rasgos innovadores y una mayor intensidad. Ya no hace falta haber estudiado alguna disciplina proyectual para poder resolver satisfactoriamente ciertas situaciones a través del diseño. En el caso de UBA de Pie, Ni una Menos y las iniciativas a favor de la despenalización del aborto se conjugó la acción de ambos tipos de diseñadores bajo el mismo objetivo de difundir las reivindicaciones y apoyar a la universidad pública. La potencia del corpus gráfico generado estriba, precisamente, en esta conjunción de expertos y no expertos, en el marco de un movimiento que, como ya se ha desarrollado, se caracteriza por su construcción horizontal.

La acción de un espectro amplio de personas en la producción de piezas gráficas genera diversidad y enfoques visuales variados, y democratiza la participación de grupos diversos. El diseño no está monopolizado por un grupo reducido de profesionales sino que abre el juego a propuestas diferentes, independientemente de su calidad técnica. Porque lo importante aquí no es tanto la generación de un corpus consistente desde lo estético, sino considerar al diseño como una herramienta de participación abierta al gran público. El diseño, entonces, se vuelve un elemento central a la hora de apuntalar la horizontalidad y el carácter no dirigido del movimiento: diseñar es una forma activa de participar del movimiento y de expresarse, más allá de la calidad y la consistencia como sistema que las piezas hayan tenido. Crear una pieza gráfica virtual, imprimir y-o armar una gráfica corpórea implica un paso más en el compromiso de cada sujeto con la causa y genera una forma más profunda de involucrarse con el movimiento. A esta confección de piezas, en el contexto de una sociedad red, se le suma la tarea de

viralizar, lo que también implica un esfuerzo por parte del sujeto y otra forma de sentir empatía no solo con las reivindicaciones sino también con la gráfica producida.

La construcción identitaria horizontal, entonces, puede observarse de modo manifiesto en las lógicas de diseño que se desarrollaron durante el movimiento. Soportes diversos, técnicas variadas, piezas gráficas de todo tipo en las manifestaciones públicas o circulando por las redes sociales bajo un mismo lema, todo ello también se volvió un elemento central. En este sentido, y en movimientos como los analizados, estas formas de diseño aumentan su efectividad como herramientas contra hegemónicas, dado que a través de la acción conjunta establecen disputas en el campo (Bourdieu, 1983) a través de nociones novedosas que priorizan la unión y la viralización del mensaje por sobre la consistencia y la calidad del corpus de imágenes generado.

Rasgos de la sociedad en relación al activismo gráfico

Por otra parte, los movimientos sociales autoconvocados y las piezas gráficas surgidas en su seno y en sus diferentes soportes, deben contextualizarse en el marco de una sociedad signada por una serie de rasgos especificados por diferentes autores: 1. como una era de la información, 2. Como una sociedad red, 3. como una sociedad del conocimiento, y 4. como una sociedad del espectáculo.

En primer lugar, las sociedades actuales se encuentran signadas por un período de tiempo durante el cual tiene lugar una innovación de la tecnología de la información que se convierte en la fuerza latente de la transformación social, capaz de acarrear una expansión en la calidad de información y un aumento a gran escala del almacenamiento de la información. Se presenta aquí una compleja sociedad multicentrada, en la que muchos sistemas se conectan e integran a través de las redes de información. Este tipo de sociedad tiene un dinamismo para responder, de forma más rápida y apropiada que la sociedad contemporánea a los cambios del entorno, y, así se configura como una sociedad con un espacio de información altamente orgánico, ligado por una red de información cognitiva con tupidas mallas de proalimentación (López I Amat, 2010).

En este contexto, autores como Castells (2006) desarrollan el concepto de sociedad red, cuya estructura está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información. Las redes son entendidas como estructuras globales por su capacidad para autorreconfigurarse trascendiendo los límites territoriales e institucionales a través de redes de ordenadores comunicados entre sí. En este sentido, la sociedad red debe analizarse como una arquitectura de redes programadas y reprogramadas constantemente por los poderes existentes en cada dimensión y como el resultado de la

interacción entre las diferentes geometrías y geografías de las redes que incluyen las actividades que configuran la vida y el trabajo en la sociedad (Castells, 2009). Estas redes que estructuran la vida actual, se abordan como redes horizontales multimodales, dado que se basan en una participación extendida y no dirigida, generan contenidos diversos que pueden ofrecerse en diferentes formatos y son autogeneradas en el contenido, autodirigidas en la emisión y autoseleccionadas en la recepción por una multiplicidad de actores que se comunican entre sí (Ariño Villarroya, 2009). En los movimientos sociales analizados se observa la importancia del papel de las redes sociales como una herramienta tecnológica democrática que aporta canales de participación y organización versátiles, así como también un canal de difusión donde las piezas circulan y se viralizan. Este activismo a través de las redes se complementa con la acción y la gráfica corpórea de las manifestaciones urbanas, dando como resultado nuevas formas de militancia que favorecen la inclusión de sectores que no necesariamente se encuentran ligados a partidos u organizaciones políticas.

Ahora bien, cabe añadir el concepto de sociedad del conocimiento acuñado por Stehr para profundizar el análisis. El autor afirma que tradicionalmente se ha hecho hincapié en las capacidades aumentadas de control social que proporcionaban los avances en las tecnologías de la información y la comunicación, obviándose las posibilidades de las mismas herramientas que a su vez podía ser utilizadas por individuos y asociaciones minoritarias para contrarrestar el discurso hegemónico basado en el monopolio del conocimiento. Stehr contempla precisamente la importancia de tal conocimiento en una sociedad moderna como la primera y más inmediata razón para el aumento de la capacidad de afirmación de individuos y movimientos sociales en circunstancias tanto contingentes como las ya conocidas. En esta línea, la sociedad de la información es la piedra angular de las sociedades del conocimiento. El concepto de sociedad de la información, se vincula con la idea de la innovación tecnológica, mientras que el concepto de sociedad del conocimiento incluye una dimensión de transformación social, cultural, económica, política e institucional, así como una perspectiva más pluralista y desarrolladora. De esta forma, este último concepto complementa a la sociedad de la información ya que expresa mejor la complejidad y el dinamismo de los cambios que se están dando, y en donde el conocimiento no sólo es importante para el crecimiento económico sino también para empoderar y desarrollar todos los sectores de la sociedad (López I Amat, 2010).

Por último, se rescata el carácter de la sociedad como espectáculo desarrollado por Debord (2008). Según el autor, en la sociedad actual se produce una transición del tener al parecer donde el hacer ver se vuelve tendencia. En un mundo donde la vista es el sentido predominante y donde las imágenes mediatizan las relaciones sociales, las redes se erigen como canales fundamentales del sistema. En ellas

parece operar una acumulación de espectáculos donde lo que antaño se vivenciaba de forma directa se aleja en una representación (Debord, 2008). De este modo el espectáculo se presentaría como la sociedad misma y la sociedad se expresaría en el espectáculo. Y en este contexto donde se apuesta por el valor de la visibilidad y de la celebridad que se autojustifica, si algo no se ve o no sabe mostrarse, entonces no hay garantía de que exista (Petrucci, 2011). Esta necesidad de visibilidad alcanza a los movimientos sociales autoconvocados y a las piezas gráficas que se producen en este contexto, porque para que la reivindicación de un movimiento se masifique es necesario que su imagen se viralice y se espectacularice a través de los medios de comunicación.

Así como Debord enfatiza el hacer ver, podría decirse que Sibilia (2008) aborda desde la noción de extimidad la necesidad social de hacerse ver. Según la mirada de la autora transitamos un tiempo de narcisismo exacerbado u ombligismo donde las apariencias se priorizan sobre las esencias. Tanto Sibilia como Debord observan así una (con)fusión entre el ser y el parecer que genera un distanciamiento con respecto a las modernas formas de ser y estar en el mundo y de los instrumentos que solían utilizarse para la construcción del sí mismo. Hay entonces una predominancia del show del yo que encuentra un canal de expresión en las redes sociales, que trastocan las clásicas nociones del “ser” y “estar”, dado que se quiebra la frontera entre lo público y lo privado, lo que provoca un culto a la personalidad donde los sujetos anónimos se lanzan al culto a la personalidad y a la conquista del espacio público. Ahora bien, los fenómenos surgidos en torno a reivindicaciones como las analizadas operan bajo una lógica que si bien se basa en esta importancia de exteriorizar las vivencias, también recupera la importancia de la producción y difusión de piezas gráficas como una actividad que cobra sentido en lo colectivo. En estos contextos conflictivos, las acciones individuales suelen perder potencia, siendo más importantes las acciones llevadas a cabo por una gran cantidad de personas que, colectiva y masivamente, pueden utilizar las nuevas tecnologías para colocar ciertos temas en la agenda política. En los movimientos estudiados, esto queda de manifiesto en la presencia del hashtag como elemento que permite a la gente compartir producciones, opiniones, y viralizar así reivindicaciones determinadas. #Niunamenos, #UBAdepie, #8A, son solo algunos de los hashtags que sirvieron para visibilizar colectivamente las causas, y que se trasladaron a la gráfica, tanto en su soporte físico como virtual.

El papel de las redes sociales

Los rasgos de la sociedad anteriormente especificados se encuentran mediados por las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), dentro de las cuales las redes sociales cobran un rol fundamental al momento de difundir información y establecer conexiones entre diferentes actores. En este sentido, las TIC ofrecen una versatilidad creciente para superar barreras físicas y geográficas, lo que redundaría en una reconfiguración de las nociones clásicas de tiempo y espacio. Estas nuevas tecnologías, entonces, se consideran como un elemento fundamental a la hora de entender las nuevas lógicas de producción y circulación de piezas gráficas al interior de movimientos sociales, y se entienden como un paso decisivo en la liberación de la tecnología y la economía circunscriptas a escenarios delimitados geográficamente, lo que redundaría en una modificación en la vida de los sujetos y las organizaciones a nivel global (Berumen y Arriaza, 2008). De ello se desprende una aceleración en los flujos de información y una aplicación prácticamente inmediata, en un contexto que ofrece crecientes facilidades de almacenamiento en espacios electrónicos a bajo costo a través de nuevos procedimientos para la transmisión de información. Dicha información, cabe aclarar, difiere de la noción de conocimiento: mientras que la primera se refiere al dato, el conocimiento representa su significado y la capacidad para generar nuevas estructuras significantes, así como nuevas ideas y estrategias aplicables a diferentes escenarios. Por ello “únicamente es posible transformar en pequeños trozos el conocimiento codificable, mientras que ello no es posible para el conocimiento tácito, el cual se conforma a partir de prácticas y de redes entre las personas” (Berumen y Arriaza, 2008, p. 22), que es lo que efectivamente le da forma a movimientos sociales contemporáneos como los estudiados.

Ahora bien, dadas las particularidades del contexto y de las nuevas tecnologías, dichos movimientos, y el activismo gráfico que en ellos se generan, adquieren una serie de particularidades, a saber: 1. Están conectados en redes de numerosas formas y de un modo multimodal. Los movimientos arraigados en espacios urbanos mediante manifestaciones se continúan en el espacio libre de Internet (redes offline y online) 2. Son locales y globales a la vez, puesto que si bien surgen por razones propias de un contexto particular, también están conectados con otras experiencias en las que se inspiran y con las que debate. 3. En general son de surgimiento espontáneo debido a una chispa de indignación, y suelen ser virales y sin líderes reconocibles. Esto propicia redes horizontales multimodales tanto en Internet como en el espacio urbano, que dan lugar a la unidad. 4. Son altamente autorreflexivos, expresan sentimientos y agitan el debate, pero no crean partidos ni apoyan gobiernos, aunque puedan ser el objetivo del marketing político. Son políticos pero apartidarios (Castells, 2012).

Conclusión

En el contexto actual, signado por sociedades red y de la información, la difusión se erige como un aspecto central donde el accionar de los sujetos participantes a través de acciones en el ámbito virtual colabora de modo fundamental para lograr instalar al movimiento en la agenda pública y en la consideración de los medios de comunicación. En una sociedad donde los eventos se espectacularizan y donde los sujetos exponen su vida privada a través de las redes, la gráfica asociada a los movimientos operaron como testimonio de los sujetos implicados, cuya exposición de sus vivencias personales se puso al servicio de una construcción colectiva.

Por otra parte, existe una retroalimentación en un contexto de conectividad creciente que redundaba en una construcción de la iniciativa como un movimiento apartidario, horizontal y no dirigido. Si bien hubo intereses partidarios y políticos implicados, los movimientos analizados se construyeron narrativamente sin liderazgos visibles. Y esto también influyó al corpus gráfico generado, dado que impulsó una libertad discursiva, recursiva y estilística que quedó plasmada en la gran cantidad y diversidad de piezas creadas para la ocasión. Por tanto, los criterios gráficos también fueron no dirigidos y apartidarios, lo que permitió la participación de una gran cantidad de sujetos que tomaron a la creación de piezas, tanto en el aspecto virtual como en la materialización, como un modo de militancia activa.

En una era informacional, además, la conformación de movimientos y la creación y circulación de piezas gráficas se asocia a las posibilidades que otorgan las redes horizontales multimodales, dado que propicia la comunicación no dirigida entre sujetos que pueden participar simultáneamente de varias reivindicaciones y permiten organizar acciones sin necesidad de liderazgos marcados. De este modo, el accionar de estas redes potencia la propia lógica de funcionamiento de estos movimientos y estimula a la comunidad a participar a través de la creación y/o difusión de piezas gráficas alusivas.

Dentro de este conjunto de creadores estuvieron implicados tanto diseñadores expertos como no expertos: lo importante no fue la calidad estilística ni la conformación de un sistema gráfico, sino la utilización libre de los recursos gráficos para propiciar la participación de un espectro social amplio y la difusión y viralización de las reivindicaciones impulsadas. De este modo la gráfica no se conformó de acuerdo a criterios de calidad del diseño sino como una herramienta de expresión a la vez personal y colectiva, tal como queda de manifiesto en la ausencia de la autoría en la mayoría del material circulante. Lo fundamental entonces no es reconocer al autor detrás de cada pieza sino más bien lograr que sea representativa del reclamo y que circule y se viralice para lograr aumentar el alcance del movimiento.

En conclusión, y a modo de cierre, puede decirse que el activismo gráfico generado a partir del movimiento se valió tanto de lo real como de lo virtual para potenciar el alcance de las reivindicaciones sostenidas. Y a diferencia de la gráfica partidaria, el corpus de piezas producido surgió espontáneamente como forma activa de participación, sin ningún tipo de “corset ideológico” que cercenara los recursos creativos, tal como se esbozara en la hipótesis de trabajo. El diseño, en estos casos, no genera sistemas gráficos consistentes ni se centra en la calidad de las piezas, pero sí representa una posibilidad de expresión y de militancia por fuera de los canales tradicionales para un público amplio. El rasgo principal, entonces, es la heterogeneidad tanto en la participación como en las piezas resultantes, lo que genera mayor alcance y un umbral potencial de participación más amplio, lo que hace del diseño con estas características una herramienta contrahegemónica que contribuyó al éxito relativo de los movimientos.

Bibliografía

- Arfuch, L. (2002). Problemáticas de la identidad. En L. Arfuch (comp.) *Identidades, sujetos y subjetividades* (p.19-41). Buenos Aires: Prometeo.
- Ariño Villarroya, A. (2009). *El movimiento Open. La creación de un dominio público en la era digital*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Berumen, S. y Arriaza, K. (Coords.) (2008). *Evolución y desarrollo de las TIC en la economía del conocimiento*. Madrid: Editorial del Economista.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y de esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- López I Amat, J. (2010). *De la Sociedad de la información a la(s) Sociedad(es) del Conocimiento. Vasos comunicantes en el cambio de milenio. 1960 – 2010*. Madrid: UCM.
- Manzini, E. (2015). *Design when everybody designs. An introduction to Design for Social Innovation*. Estados Unidos: MIT Press.
- Petrucci, M. (2011). “Soy visible, luego existo”. En: *Revista Nueva*. Recuperado de:
- Rubiano, E. (9/2014). “Diseño socialmente responsable: una reflexión sobre el activismo gráfico”. Conferencia presentada en el *Segundo Seminario Internacional de Teoría e Historia del DG de Bogotá*.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.