

1. A cien años de la Reforma Universitaria: saber te hace libre

Activismo gráfico en movimientos sociales autoconvocados: un análisis desde el movimiento UBA de Pie

Ravazzoli, Ignacio; iravazzoli@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

Resumen

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 sentido las sociedades actuales poseen la potencialidad de generar una dimensión de transformación sustentada en una serie de redes horizontales multimodales desarrolladas tanto virtualmente como en el espacio urbano. A la luz de estas circunstancias, el objetivo general de la presente investigación será analizar las particularidades del movimiento UBA de Pie y de las piezas gráficas generadas en su contexto. En este sentido se analizan las piezas tanto en el ámbito virtual como en el espacio urbano y los modos de interrelación y difusión, y se establece una tipología de agrupamiento de la gráfica relevada de acuerdo a sus particularidades. Para ello se ha procedido al rastreo en la Web de piezas asociadas al movimiento en base a la utilización de hashtags alusivos, así como también la realización de fotografías de propia autoría en las diferentes marchas y el análisis de diferentes sitios y cuentas en redes de una serie de actores implicados. En base al material se ha podido observar la necesaria interrelación entre lo virtual y lo corpóreo en movimientos autoconvocados y horizontales como el analizado, la diversidad estilística de las piezas que si bien no conforman un sistema gráfico sí aportan una identidad visual al movimiento, y la importancia de las redes sociales como canales de expresión y difusión por parte de creadores expertos y no expertos en un contexto horizontal de creación y participación.

Palabras clave: Activismo gráfico, sociedad red, redes horizontales multimodales, movimientos sociales

Introducción

El marco socio-histórico actual se encuentra íntimamente ligado a las nuevas tecnologías asociadas a la Web, que plantean una serie de reconfiguraciones en la vida de los sujetos. Las manifestaciones populares no se encuentran al margen de esta lógica, dado que la difusión de las reivindicaciones, otrora centradas en el espacio público, en la actualidad extienden su alcance a las redes sociales, de modo que la manifestación ya no se circunscribe a la calle, sino que encuentra un complemento y una retroalimentación en el accionar de los usuarios a través de la Web. De este modo, el activismo cibernético ya no es una parte subsidiaria de las manifestaciones sociales, sino que debe considerarse como parte fundamental de los movimientos sociales. Dentro de esta lógica puede evaluarse al activismo gráfico producido a la luz de estos fenómenos. A la clásica gráfica en papel, cuyo máximo exponente en la manifestación es el afiche, se le suman piezas pensadas para circular y visibilizar una reivindicación en los medios digitales.

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 (Aranda, 2013). Movimientos como UBA de Pie, y las piezas gráficas producidas tanto para la manifestación pública como para circulación digital, pueden analizarse a la luz de las particularidades del contexto tecnológico anteriormente mencionado. Los múltiples y variantes canales de producción y difusión de las piezas al interior de un movimiento que se construye como apartidario y espontáneo, 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.

Objetivos

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 el Movimiento UBA de Pie, 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 objetivos específicos: analizar las particularidades que adopta este activismo para disputar un espacio en el campo y lograr una visibilidad del reclamo; comprender la interrelación, en la sociedad red actual, entre el activismo gráfico virtual y el activismo físico propio de la manifestación pública; y establecer una tipología de las piezas gráficas surgidas al interior del movimiento tanto en la Web como en el espacio público.

Materiales y métodos

Para abordar los objetivos anteriormente mencionados se recurrirá a una metodología cualitativa basada en el análisis de piezas gráficas, tanto corpóreas como virtuales, surgidas a la luz del movimiento UBA de Pie. Dicho material se obtiene, por una parte, del rastreo en redes sociales en base a la utilización de hashtags alusivos, así como también de imágenes facilitadas por una serie de actores contactados que tuvieron participación directa en el movimiento. A ello se le suma el relevamiento fotográfico propio realizado en los siguientes ámbitos: dentro de la

FADU, en la marcha principal, y en la concentración organizada por diferentes cátedras de Diseño en el Congreso Nacional. Con dicho material se establece una categorización que estructura el análisis del presente escrito, y se obtiene el material visual necesario para establecer una serie de particularidades presentes en movimientos como el analizado. Por otra parte, el recurso de la fotografía permite abordar a las piezas en un contexto urbano complejo donde intervienen tanto los manifestantes como los transeúntes ocasionales.

A ello se suma el análisis de las cuentas y páginas webs asociadas al movimiento, de modo de comprender los métodos, recursos y lógicas con las que la información es difundida. En este sentido se considera el sitio web de UBA de Pie, así como las redes sociales de los creadores expertos y no expertos que con sus creaciones gráficas contribuyeron al corpus visual del movimiento.

Resultados y Discusión

El movimiento UBA de Pie surge como respuesta a una serie de políticas educativas implementadas por el Estado Nacional. En primer lugar, se reivindica el

reclamo de un aumento salarial docente y no docente del 45% frente al incremento propuesto desde el Gobierno: 15% de aumento en mayo (más un 1% por recomposición del nomenclador y un 2% de plus por título de posgrado a partir de julio), 5% en octubre y 11% en diciembre, cerrando la instancia paritaria hasta mayo del 2017. En segundo lugar, se denuncia la anulación de convenios universitarios, la suspensión de obras edilicias y una deuda no reconocida de 3200 millones de pesos con todas las universidades nacionales (de los cuales 400 millones corresponden a gastos de funcionamiento, 1500 millones a áreas estratégicas, 300 millones a infraestructura y 1000 millones a los Hospitales Universitarios). Y en tercer lugar, la oposición al aumento del 0% del presupuesto universitario del 2016 de acuerdo a la Resolución N° 4665 aprobada el 27 de abril de dicho año. Teniendo en cuenta el contexto inflacionario nacional, y habida cuenta que el presupuesto se utiliza para solventar el pago de servicios, equipamiento, reparaciones, insumos, subsidios y becas, la UBA informa que con el dinero disponible solo puede soportar estos costos hasta el mes de agosto.

Frente a la presente coyuntura comienza a configurarse un movimiento bajo el lema

UBA de Pie, lo que engloba una serie de actores y acciones de diversa índole que reivindican la importancia de la educación pública. El 29 de abril de 2016 todas las dependencias de la UBA permanecieron cerradas, hecho que no sucedía desde el año 2001, hecho que coincidió con un Paro Nacional Docente decretado para la semana del 25 al 30 de abril. Dichas medidas fueron acompañadas, los días subsiguientes, por la toma de las Facultades de Psicología y de Filosofía y Letras¹, y por cerca de 400 clases públicas en las diferentes facultades.

Finalmente, el 12 de mayo las acciones confluyen en una gran marcha en defensa de la universidad pública. Una multitud se congrega a las 16 hs. en Plaza Houssay para marchar al Ministerio de Educación (donde un grupo de decanos le entregaría al ministro Esteban Bullrich el petitorio anteriormente mencionado), culminando la manifestación en Plaza de Mayo. Durante el evento (y también durante las iniciativas llevadas a cabo por las diversas facultades de la UBA) se desplegaron diferentes piezas gráficas asociadas al movimiento, desde los afiches típicos de una manifestación social hasta una serie de

¹ En ésta última hubo presencia de la Policía Federal, hecho que fue ampliamente repudiado por la comunidad universitaria.

iniciativas novedosas que lograron captar la atención e interés de los participantes. A los fines del análisis, las piezas pueden categorizarse de la siguiente manera:

1) En primer término, los afiches como obras gráficas por excelencia de las manifestaciones públicas. En el caso de UBA de Pie, coincidieron diseños tanto de profesionales como de no profesionales en las áreas del diseño, lo que generó un corpus variado que pudo percibirse, sobre todo, en los soportes y recursos gráficos utilizados. Ahora bien, mientras que la diversidad se percibe desde la estética, el mensaje suele ser más homogéneo, basándose en frases cortas, sobre todo los slogans del movimiento: UBA de Pie, Banquemos la Universidad pública, Yo defendiendo la educación pública, Yo banco a la educación pública, fueron algunos de los lemas que se repitieron en la mayoría de los afiches presentes en las manifestaciones.

2) En segundo término, las banderas presentes en las manifestaciones. Junto con los afiches, representan los dos elementos gráficos más utilizados en los movimientos de protesta. Pero a diferencia de los carteles, cuya diversidad estilística ya fue abordada, las banderas repiten los patrones de otras manifestaciones y se asocian principalmente a agrupaciones estudiantiles,

docentes y no docentes, y a partidos políticos. A excepción de algunas banderas como las de Ciencias Exactas y Naturales o la de la FADU, que no mencionan a ningún grupo específico, la gran mayoría se asocia a grupos particulares. Estas banderas no han sido confeccionadas para la ocasión como el resto de las piezas del activismo gráfico del movimiento, sino que pertenecen a las agrupaciones que las despliegan en las diferentes marchas en las que participan y que, más que contener un mensaje específico (en este caso a favor de la educación pública), visibilizan el nombre de cada grupo.

Las características consignadas implican una diferencia con las otras piezas gráficas analizadas, dado que mientras que las banderas se ligan a un grupo determinado y al manejo de la gráfica particular de cada agrupación, además de requerir, en la mayoría de los casos, una logística para el traslado y uso en la manifestación; en el caso de las otras piezas no existe un grupo determinado por detrás de la autoría (este tema en específico será tratado en los apartados subsiguientes), ni tampoco formatos, gamas cromáticas y recursos gráficos preestablecidos en la confección de las piezas.

Sin embargo, debe mencionarse que la presencia de banderas de agrupaciones políticas no atentó contra la construcción del movimiento como iniciativa partidaria, autoconvocada y horizontal. Se entiende que, en las sociedades actuales, la construcción narrativa (Arfuch, 2005) de un movimiento es un elemento fundamental a la hora de entender la convocatoria y la masificación de los mensajes que se reivindican.

3) En tercer término, los stencils, que sirvieron tanto para intervenir el espacio público como para confeccionar afiches a través de dicha técnica. Dada sus particularidades, la mayoría de estas piezas poseen solamente textos cortos, que coinciden con los lemas mencionados en el párrafo anterior. Este recurso se asocia a las manifestaciones públicas y a los mensajes contestatarios desde los años 70, dado que representa una técnica barata, sencilla y rápida que permite la creación de piezas evitando los posibles controles de las fuerzas de seguridad. En el caso de los stencils generados en el marco del movimiento analizado, en su mayoría fueron utilizados sobre asfalto o sobre bancos o tachos, pero muy pocos fueron pintados sobre las paredes. Además de su utilización típica en la manifestación en vía pública, el

stencil también fue aplicado sobre papel, de modo de generar afiches improvisados de rápida confección, y también en remeras que utilizaron algunos de los participantes de las marchas.

4) En cuarto término, las acciones novedosas asociadas al activismo gráfico. Entre ellas se cuentan, por ejemplo, la mesa serigráfica montada por diseñadores gráficos en la Plaza Houssay el día de la manifestación principal, la confección de caretas de calaveras que se repartieron a los manifestantes durante la marcha organizada por la comunidad de la FADU frente al Congreso, y la confección de un cartel con la palabra SOS delante del cual se sacaron fotos de los participantes para ser compartidas luego en las redes sociales. En este tipo de acciones el uso novedoso de los recursos gráficos genera una empatía con los participantes de las acciones públicas, dado que implican una acción activa por parte de cada sujeto que debe poner el cuerpo a las acciones propuestas, lo que contribuye a la conformación del carácter horizontal y participativo del movimiento.

5) Por último, las acciones llevadas a cabo dentro de la FADU y por cátedras de la facultad que implicaron la generación de piezas gráficas en las que intervinieron

tanto alumnos como profesores. Entre ellas se destacan la confección de una bandera desplegada en el patio central de la institución, trabajos serigráficos con motivos alusivos a las reivindicaciones impulsadas y diferentes acciones desarrolladas por las cátedras, mayormente las asociadas al diseño gráfico. En estas actividades puede observarse una voluntad de los profesores por difundir el movimiento así como también un trabajo colaborativo y colectivo en los talleres donde los alumnos y docentes participan y debaten acerca de la coyuntura en la que se encuentra la universidad pública.

Las acciones en la vía pública no fueron las únicas medidas adoptadas durante el movimiento. La Web y las redes sociales contribuyeron también a la conformación y concreción de diferentes actividades. En este sentido es menester abordar, brevemente, los índices de conectividad argentinos y de la Ciudad y Provincia de Buenos Aires, a los fines de comprender con mayor profundidad el alcance del movimiento².

² Se priorizan sobre todo los datos de la Ciudad de Buenos Aires por dos cuestiones: una, que el epicentro del movimiento se produjo allí, y dos, porque la mayoría de la comunidad de la UBA vive y/o trabaja en la Ciudad. Subsidiariamente se consideran los datos de la Provincia de Buenos Aires, dado la proximidad física con la Ciudad y la cantidad de personas que vienen de allí a la Universidad (sin contar que existen sedes de la UBA en provincia).

Dichos índices, en Latinoamérica, han ido en aumento en los últimos años. Si bien en Argentina las cifras no han variado en la magnitud de otros países, según el informe de la CEPAL sobre el estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016, también han tenido una tendencia creciente. Por su parte, en Argentina el 69,4% del total de la población cuenta con algún tipo de conexión a Internet, siendo la banda ancha móvil la de mayor crecimiento en los últimos 5 años.

En cuanto a una subdivisión por provincias con respecto a la conectividad, y en términos absolutos, la Ciudad de Buenos Aires es la que dispone de mayor cantidad de accesos residenciales u hogareños. Según datos del Indec del año 2014, la Ciudad cuenta con 3.619.462 accesos, de los cuales casi la totalidad corresponde a una conexión de banda ancha, siendo el crecimiento interanual de los más bajos (2,8% con respecto a igual período del año anterior). En segundo lugar se ubica la Provincia de Buenos Aires, con 3.400.096, de los cuales casi la totalidad también corresponde a una conexión de banda ancha, y siendo el crecimiento interanual superior al de la Ciudad (8,3% con respecto a igual período del año anterior). Entre ambas concentran el 54,5% de las

conexiones del país, aunque en ambos casos la tasa de crecimiento interanual se ubica por debajo del promedio (11,2%). Distinto es el panorama cuando se realiza un análisis relativo de los datos. En función de la población total, en la Ciudad de Buenos Aires existen 1,368 conexiones por habitante, lo que la ubica en el primer puesto a nivel nacional. En tanto, la Provincia de Buenos Aires se ubica en el 14° puesto, con apenas 0,229 conexiones por habitante. Dichos datos no implican una concepción de una Web accesible para todos, pero sí demuestran que en Capital Federal y en la provincia de Buenos Aires, epicentros del movimiento, se concentra la mayor cantidad de usuarios de internet del país. Se entiende también que la conectividad se consolida en los sectores medios de la sociedad, que a su vez son los grupos sociales históricamente ligados a la universidad pública³.

Hechas estas salvedades, se procede a describir analíticamente las diferentes producciones que implicaron el uso de recursos gráficos a través de la Web.

³ En este sentido se intenta superar la visión ingenua de un internet plenamente democrática. No obstante aquello, los datos resultan de relevancia a los fines del análisis, teniendo en cuenta que el movimiento fue eminentemente emergente de un reclamo de una clase media que ha internalizado los hábitos relacionados con la Web y la conectividad.

Dentro de dichas acciones que incluyeron piezas gráficas, una de las más importantes fue la creación del sitio de UBA de Pie, que muestra de forma concisa y sencilla el estado de situación y exhorta al usuario a firmar un petitorio bajo el lema #DefendamoslaUniversidad.

En las redes sociales circularon gran cantidad de piezas alusivas diseñadas por la comunidad universitaria. A través de hashtags como #UBAdePie o #yodefiendolaeducaciónpública, y aprovechando las posibilidades de replicación de las redes, el contenido circuló y se viralizó, logrando generar mayor visibilidad de los reclamos partiendo de recursos gráficos. El mensaje de dicha gráfica fue homogéneo y coincidió con los hashtags utilizados por la comunidad: frases cortas y sencillas que ilustraban la situación universitaria: UBA de Pie, FADU de Pie, Yo defiendo la educación pública, fueron los lemas que más se repitieron. No obstante esta homogeneidad en el mensaje escrito, tal como se repitiera en las piezas que se observaron en las manifestaciones públicas, la estética y los recursos utilizados en la confección fueron muy heterogéneos. Dibujo a mano o con tableta digital, ilustración vectorial, combinación con fotografía, collage, uso de recursos

tipográficos, son algunas de las herramientas que se destacan. Entre estas piezas, también puede establecerse una categorización teniendo en cuenta recursos y temáticas abordadas.

1) Se generaron una serie de logos, sobre todo reversionando al logotipo de la UBA. A la confección de dichas piezas se abocaron los diseñadores expertos, dada la complejidad de las piezas del estilo. Estas reversiones pueden dividirse en dos: las que ponderan el espíritu de lucha del movimiento y las que intentan transmitir la situación crítica que se denuncia desde la universidad pública. Mientras en algunas piezas la mujer que en el original está sentada se eleva para alzar la voz, levantar el puño o adoptar un rol de manifestante público; en otras empieza a desaparecer, a borrarse, descascararse o lamentarse frente a la situación que se denuncia.

Si bien no hubo un logo oficial del movimiento, habida cuenta de su carácter apartidario y sin liderazgos visibles, el confeccionado por el diseñador gráfico Marcelo Leybovich fue el de uso más extendido y el que mayor alcance adquirió conforme avanzaron los hechos. Según el autor, el logo rescata detalles que el original omite, como el pezón o el ombligo de la mujer, y con una serie de modificaciones

adquiere un nuevo valor a la luz de los acontecimientos: la mujer ya no está en actitud pensante sino que se para, tiene un pie hacia adelante en actitud de movilizarse, la frente en alto y el pelo suelto.

A estas reversiones se le suma la presencia de otros logos asociados al movimiento. Uno de los más extendidos es el que combina dos elementos, una tijera y un burro, y que denuncia los ajustes y las consecuencias para la educación del país. Es interesante destacar que dicha pieza no fue creada específicamente para el movimiento UBA de Pie, sino que surgió en contra de la política de ajustes del gobierno de Fernando De La Rúa impulsadas por el ministro de Economía Ricardo López Murphy en el año 2001. En la FADU, por su parte, circuló un logo donde la frase #yo banco la educación pública se combina con una silueta de un banco típico de los talleres de la facultad.

2) Los banners informativos fueron otros tipos de piezas gráficas que circularon por la Web. Pueden categorizarse en dos tipos: los que contienen información sobre la situación denunciada y los que transmiten fechas y horarios de manifestaciones y eventos asociados al movimiento. En el primer caso, a través de frases cortas se transmiten datos sobre la coyuntura

universitaria, sobre todo en referencia al problema presupuestario y a la situación de movilización de la comunidad educativa. En el segundo caso se informa sobre las fechas, horarios y lugares de encuentro de las marchas, sobre todo de la concentración principal del 12 de mayo del 2016.

3) Los afiches que circularon y se viralizaron en las redes sociales. Aquí se observa una multiplicidad de recursos gráficos, aunque un mensaje coincidente, tal como se mencionó en el análisis de las piezas gráficas presentes en las manifestaciones públicas. Entre las técnicas utilizadas se cuentan la ilustración, el collage, la fotografía, el recurso vectorial, la tridimensionalidad, y una combinación de varias de estos recursos. Desde la estética se observa una gran variedad: ilustraciones que emulan el dibujo a mano, tipografía 3D, ilustraciones más cercanas a la estética informática, dibujos sencillos con líneas rectas, plantillas sobre fotografías, afiches que juegan con el color y la asociación con marcas para denunciar la situación, son algunas de las piezas gráficas que circularon en la Web durante el período analizado.

Lo que cabe destacar aquí, más allá de la diversidad de estilos y técnicas y de la coincidencia en el contenido reivindicativo y

las frases que lo expresan, es que en muchas de las piezas que pudieron verse circulando se incluía el signo # en el mensaje escrito, lo que marca la importancia de la viralización y difusión del mensaje a través de las redes. La presencia del signo numeral, en este sentido, es uno de los elementos que ilustra una tendencia a desarrollarse en lo subsiguiente, a saber, que más allá de los soportes de las piezas consignadas, existe una interrelación entre lo corpóreo y lo virtual que complejiza los modos de producción, difusión y circulación de las producciones gráficas.

Existe por tanto una vinculación entre las piezas surgidas en el entorno virtual y las producciones gráficas propias de la manifestación pública, por lo cual no puede hablarse ya de esferas separadas sino más bien de piezas signadas por procesos de hibridación y multiplicidad de soportes, lo que repercute en nuevas formas de difusión y viralización como parte fundamental de un movimiento reivindicativo contemporáneo. Por tanto, en el marco de una sociedad red (Castells, 2006) signada por la necesaria espectacularización de los fenómenos (Debord, 2008), deja de tener sentido pensar dichas expresiones como contextos independientes. El marco socio-histórico actual, entonces, se encuentra íntimamente

ligado a las nuevas tecnologías asociadas a la Web, que plantea una serie de reconfiguraciones en la vida de los sujetos. Las manifestaciones populares no se encuentran al margen de esta lógica, dado que la difusión de las reivindicaciones, otrora centradas en el espacio público, en la actualidad extienden su alcance a las redes sociales, de modo que la manifestación ya no se circunscribe a la calle, sino que encuentra un complemento y una retroalimentación en el accionar de los usuarios a través de la Web. De este modo, el activismo cibernético ya no es una parte subsidiaria de las manifestaciones sociales, sino que debe considerarse como parte fundamental de los movimientos sociales.

Esta conjunción de soportes puede observarse en dos dimensiones. La primera, cuando las piezas que circulan por la Web adquieren un soporte físico, tanto en su formato original como con variaciones y-o asociaciones gráficas con otros elementos. Un ejemplo de ello serían los logos, que fueron impresos tal como figuraban en su soporte virtual en remeras y posters, tanto como en otras piezas donde fueron incluidos como una parte donde se conjugaron otros recursos y elementos gráficos. La segunda, cuando las piezas corpóreas son captadas fotográficamente

para posteriormente ser subidas a las redes, de modo de aumentar el alcance de la gráfica y de la reivindicación del movimiento en general.

Aquí pueden observarse, a su vez, dos fenómenos. El primero, cuando las piezas gráficas aparecen retratadas en una imagen que posteriormente los sujetos, presentes o no en las marchas y eventos públicos del movimiento, suben a las redes sociales. Esto oficia como testimonio virtual del fenómeno físico de la manifestación, y cada sujeto deja constancia en sus perfiles su presencia en el espacio público y-o su adscripción a las reivindicaciones del movimiento independientemente de su participación física. El caso más extendido fue la viralización de una imagen aérea donde podía observarse la magnitud de la concentración.

El segundo fenómeno se observa cuando las imágenes captadas se recombinan y-o reconfiguran para dar surgimiento a otro testimonio gráfico diferente. Entre estos casos puede contarse el mosaico de imágenes sosteniendo carteles con reivindicaciones, o las imágenes del fenómeno intervenidas digitalmente.

De acuerdo a lo analizado, resulta indudable que la sociedad actual se

encuentra mediada por las nuevas tecnologías de la comunicación y por una espectacularización de la vida donde el espectáculo se vuelve un fin en sí mismo y se erige como la producción por excelencia del sistema contemporáneo. Los movimientos sociales se encuentran dentro de esta lógica, no obstante lo cual representan, a través de las potencialidades de comunicación horizontal y no dirigida de las nuevas tecnologías, canales que ofrecen alternativas a los discursos hegemónicos. Aún sin estar por fuera de la lógica del espectáculo que autores como Debord desarrollan, los movimientos con las características de UBA de Pie y las producciones gráficas relacionadas se insertan dentro del sistema del mundo de una imagen autónoma y de la espectacularización de los eventos, aunque persigan objetivos opuestos al sistema que sostiene estos procesos.

De todo ello se desprende, por una parte, que las reivindicaciones sociales necesitan el parecer que Debord desarrolla como degeneración del tener, dado que la mediatización exige al hecho espectacularidad y novedad. En el caso de UBA de Pie como movimiento, a la masividad de la marcha se le sumó la construcción apartidaria y horizontal del

movimiento y la generación de todo tipo de gráfica alusiva que circuló a través de las redes sociales. Los hashtags, las consignas en pos de la educación pública por fuera de un partido político determinado, los afiches e imágenes en la Web, colaboraron con la masividad y espectacularidad que los medios requieren para considerar al hecho como noticia⁴. Sin embargo, en movimientos como el analizado, el intercambio a través de las redes horizontales multimodales, lejos de generar una lógica pasiva por parte de los sujetos, contribuyó a un movimiento que no solo pudo observarse en la producción de material gráfico para la Web, sino que sirvió para trasladarlo a la calle. La difusión, la viralización de afiches y piezas de activismo gráfico de diseñadores tanto expertos como no expertos a partir de una lógica sin un centro ni liderazgos determinados, contribuyó a que al activismo virtual se le agregara un activismo real que desembocó en una gran marcha que, al fin y al cabo, surgió desde la convocatoria difusa producida a través de las redes. De este modo el show del yo, donde el sujeto

⁴ Cabe aclarar que no solamente la espectacularización de un hecho garantiza su aparición en los medios de comunicación. Existe también una diversidad de intereses de acuerdo al medio que hacen que algunos hechos se conviertan o no en noticias. No obstante ello, para que movimientos como el analizado se vuelvan dignos de consideración, parece ser necesaria su construcción desde la viralización y la espectacularización.

espectaculariza su propia cotidianeidad, dio paso a un movimiento colaborativo donde las nociones de autoría se difuminaron en la reivindicación de una causa común que excedió la pasividad y que provocó un activismo en las redes sociales que se continuó en el espacio público. Así, las redes exceden la noción de dispositivo de las sociedades de control, dado que por una parte es cierto que ofrecen la posibilidad de procesar patrones y datos a través de la Big DATA, y distribuyen un control social entre los usuarios; pero también posibilitan un empoderamiento colectivo a partir de novedosos métodos de resistencia de los que aún no se pueden prever sus efectos socio-históricos (Peirone, 2017).

Conclusiones

Movimientos sociales como UBA de Pie deben contextualizarse en el marco de una era informacional, entendida como el 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, y en donde los movimientos sociales establecen un uso estratégico de las nuevas formas de información, puesto que emplean de manera novedosa las redes informáticas, la política informativa y las formas organizativas de la red (Lago Martínez, 2006), lo que repercute en la conformación de un activismo gráfico con un carácter innovador. Desde dicha óptica 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, la sociedad de la información 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 Amat, Jordi, 2010). Por ello, el activismo gráfico al interior de movimientos sociales reivindicativos deben entenderse desde una óptica amplia que considere el ámbito de la gráfica en la vía pública y las producciones virtuales que circulan en la Web como dos elementos constitutivos y en continua retroalimentación.

En una sociedad red donde la conectividad es un rasgo central, los movimientos sociales ya no pueden entenderse

solamente como manifestaciones en el espacio público sino que deben empezar a pensarse como procesos que se complejizan y adquieren nuevas lógicas en el ámbito de la virtualidad. La esfera pública y la virtual ya no pueden pensarse separadas ni desde criterios jerárquicos: no hay subordinación de una sobre otra sino una necesaria retroalimentación que es la que reconfigura a los movimientos y a la gráfica surgida durante su desarrollo y la que genera nuevos rasgos y modos de acción y difusión de las reivindicaciones. Ejemplo de ello es la diversidad de piezas gráficas que se han enumerado en el análisis: afiches, stencils, logos, flyers, ilustraciones, remeras, son solo algunas de las piezas surgidas a la luz del movimiento.

Siguiendo esta línea de análisis, dichas piezas tampoco pueden pensarse desde su soporte exclusivamente físico o virtual, dado que muchas de ellas surgieron pensadas para una circulación a través de las redes sociales y luego fueron utilizadas en piezas impresas, mientras que mucha de la gráfica impresa luego fue retomada en las redes sociales para intentar viralizar el mensaje. La difusión, entonces, 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, las fotografías y la gráfica asociada al movimiento operaron como testimonio de los sujetos implicados, cuya exposición de sus vivencias personales se puso al servicio de una construcción colectiva.

Por otra parte, esta retroalimentación en un contexto de conectividad creciente redundó en una construcción de la iniciativa como un movimiento apartidario, horizontal y no dirigido. Si bien hubo intereses partidarios y políticos implicados, UBA de Pie se construyó narrativamente sin liderazgos visibles y con las organizaciones traccionando por detrás invisibilizadas. 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 UBA de Pie y estimula a la comunidad a participar a través de la creación y/o difusión de pizas 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.

Bibliografía

Arfuch, L. comp. (2005). *Identidades, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Castells, M. (2006). *La sociedad red*. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca Editora.

Lago Martínez, S. (mayo 2006). "Los movimientos sociales en la sociedad de la información: El uso estratégico". En: *Encrucijadas*, no. 37. Universidad de Buenos Aires.

López I Amat, Jordi (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.

Peirone, F. (2017). “Mostrarse, la nueva intimidad”. *Revista Anfibia*. Recuperado de: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/mostrarse-la-nueva-intimidad/>

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.